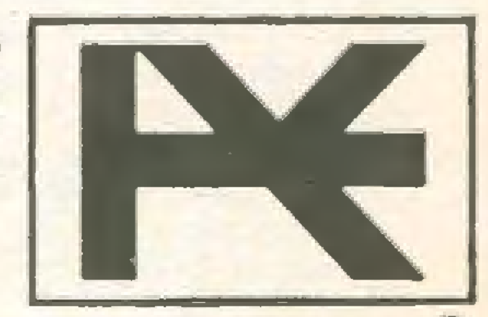

J. A. C. BROWN
TECNICAS DE PERSUASION
ALIANZA EDITORIAL

J.A.C. Brown:

Técnicas de persuasión

De la propaganda al lavado de cerebro

El Libro de Bolsillo
Alianza Editorial
Madrid



®

Título original: *Techniques of Persuasion - From Propaganda to Brainwashing*
Esta obra ha sido publicada por primera vez por Penguin Books Ltd., Harmondsworth, Middlesex, Inglaterra.
Traductor: Rafael Mazarrasa

Primera edición en "El Libro de Bolsillo": 1978
Cuarta reimpresión en "El Libro de Bolsillo": 1991

Calle Milán, 38, 28043 Madrid; teléf. 200 00 45
ISBN: 84-206-1682-6
Depósito legal: M. 46.884-1990
Papel fabricado por Sniace, S. A.
Impreso en Lavel. Los Llanos, nave 6. Humanes (Madrid)
Printed in Spain

Prólogo

«EL HOMBRE *es un animal racional*». *Eso es, al menos, lo que le gusta creer de sí mismo. Este libro señala y subraya algunas de las puntualizaciones y reservas que esta autoapreciación requiere. Tales puntualizaciones y reservas son tan numerosas que casi podrían confirmar la tesis opuesta de que el hombre es el más irracional de todos los animales.* Los *animales inferiores son generalmente* no racionales, *pero muy pocos son tan definitivamente* irracionales *como puede serlo el hombre. Para ser irracional hace falta un grado considerable de sofisticación. Ningún animal podría desarrollar las fantasías sistemáticas del loco, ni tampoco son los animales «inferiores» presa fácil de anunciantes o de propagandistas políticos. Pero no llevemos demasiado lejos esta contra-tesis. El hombre tiene una capacidad para razonar y para ser influido por la razón, capacidad que un tigre hambriento, por ejemplo, no tiene. Es un hecho interesante y significativo el que tanto los propagandistas políticos y religiosos como los anunciantes lleguen a tales extremos de imaginación para idear argumentos espaciosos dirigidos a la razón. Estos argumentos son un testimonio inconsciente de la racionalidad del hombre. La creencia de que el hombre no es sólo un animal racional, sino también un animal razonable, alcanzó su máxima popularidad a finales del siglo* XVIII *y principios del* XIX. *Su más encantadora, aunque algo patética expresión se encuentra en la* Justicia Política *que escribiera en 1793 William Godwin. Godwin afirmaba que el hombre es un ser cuya conducta está regida por sus*

opiniones. El mal es el error, y los errores se pueden corregir mediante la instrucción. «Demostradme», escribía, «de la forma más clara y menos ambigua que un determinado modo de proceder es más razonable o más favorable a mis intenciones e infaliblemente seguiré ese modo mientras continúen estando presentes en mi mente los criterios que me sugeristeis». Como hombre racional que era, llevó esas inferencias a sus conclusiones lógicas: «Haced asequibles los simples dictados de la justicia a cualquier inteligencia... y toda la especie se hará razonable y virtuosa. Bastará entonces con que los tribunales recomienden una forma determinada de resolver los pleitos... Será suficiente con que inviten a los infractores a abandonar sus errores... Allí donde el imperio de la razón estuviera reconocido universalmente, el infractor cedería de buen grado ante las reconvenciones de la autoridad o, si se resistiera, aunque no sufriera molestias personales, se sentiría tan a disgusto ante la inequívoca desaprobación y el ojo observante del juicio público, que voluntariamente se trasladaría a otra sociedad que congeniara mejor con sus errores». Las corrientes posteriores del pensamiento sobre la racionalidad del hombre se han caracterizado por su progresiva desilusión, hasta el punto de que el mayor peligro está en subestimar la capacidad de persuasión racional y la capacidad de la voluntad para ser razonable.

El error de Godwin no fue el sobreestimar la importancia de la educación para promover la racionalidad, sino el infravalorar las dificultades que existen para proteger al hombre de las fuerzas de la sinrazón. El hombre puede hacerse razonable a través de la educación. De hecho, algunos lo han conseguido. Hay dos cosas que las escuelas y las universidades pueden hacer y están haciendo, pero que podrían hacer mejor que hasta ahora. En primer lugar, podrían tomarse amplias medidas para la discusión y argumentación civilizada y racional, para el debate de todos, o casi todos, los temas discutibles (excluyendo tan sólo aquellos cuya discusión podría inquietar más a los padres intranquilos que a sus hijos). En segundo lugar, las escuelas y universidades podrían impartir una instrucción más sistemática sobre las formas en que actúan las fuerzas de la sinrazón, utilizando como texto libros que abrazasen esos campos como las Técnicas de persuasión *del Dr. Brown. Estar sobre aviso es estar protegido. Libros semejantes son esenciales para el arsenal de todos, especialmente para el de los jóvenes que quieran defender su derecho a pensar libremente y seguir la argumentación, conduzca donde conduzca, siempre y cuando se vea apoyada por la evidencia racional. Libros que traten de la manera recta y retorcida de pensar, así como de los métodos rectos y retorcidos de persuasión: Junto con un ejemplar de la Sagrada Biblia, un buen diccionario, una buena enciclopedia y un libro de socorrismo podrían muy bien estar no sólo en los estantes de toda biblioteca escolar, sino también en las estanterías de cada hogar.*

C. A. Mace

1. Propaganda y modos de comunicación

Los intentos de cambiar las opiniones de los demás son más antiguos que la historia escrita y se originaron, debe suponerse, con el desarrollo del lenguaje. Del lenguaje procedía la capacidad de manipular o de persuadir a la gente sin necesidad de recurrir a la fuerza física, y antes de que los hombres hablaran no parece probable que tuvieran opinión alguna que cambiar. La violencia directa o la amenaza de violencia pueden introducir la sumisión a la voluntad de otro individuo o grupo, pero los pensamientos se crean y modifican fundamentalmente a través de la palabra hablada o escrita, de forma que, aunque en el llamado «lavado de cerebro» las palabras pueden ser suplidas por malos tratos físicos y en la publicidad comercial por música o imágenes agradables, es evidente que, incluso en estos casos, las principales armas son de naturaleza verbal, o en cualquier caso simbólica, y que los resultados perseguidos son de índole psicológica. Por lo general, y con escasas excepciones, las transformaciones psicológicas requieren técnicas psicológicas, y son las influencias de esta índole, y no la sumisión externa conseguida exclusivamente por la fuerza, lo que aquí fundamentalmente nos interesa. Todo lo relacionado con lo que sirva para cambiar la mentalidad de la gente suscita cuestiones fascinantes de tipo científico y moral tanto si se trata de conversiones religiosas como de la demagogia política o la

propaganda sanitaria, ya se considere la cuestión del impacto de los medios de comunicación de masas sobre el gusto popular, la manipulación impersonal de las masas que al parecer llevan a cabo los que están en el «negocio de la opinión» o las formas más siniestras de adoctrinamiento político practicadas en los estados totalitarios. En una era de ideologías en conflicto, cuando se está sometiendo a naciones enteras a la persuasión de grupo a través de los nuevos medios de comunicación social y de las nuevas técnicas; cuando los movimientos de masas están siendo dirigidos por demagogos, es importante llegar a saber hasta qué punto resiste la mente humana y en qué punto cede, hasta qué punto es posible producir un cambio auténtico en la forma de pensar individual o de grupo, y arrojar algo de luz sobre los medios empleados con ese fin. Algunos entendidos opinan que todos estamos virtualmente a merced de los medios de comunicación de masas y de los funestos métodos de estimulación de grupo, mientras que otros han sugerido que el lavado de cerebro y las técnicas similares al alcance del moderno manipulador mental no sólo son poco menos que irresistibles, sino que, además, conducen a cambios reales y permanentes en el aspecto político y religioso. Si semejantes opiniones están bien fundadas, la perspectiva de la civilización, tal y como la conocemos nosotros, no es nada halagüeña; si no lo están, entonces un examen crítico tiene que poder demostrar que la mente es bastante menos manipulable de lo que parecen creer los que mantienen estos puntos de vista. Por otra parte, existen a veces circunstancias en las que los cambios de actitud son necesarios y deseables; por ejemplo, las actitudes morbosas de la enfermedad mental o las que muchos mantienen equivocadamente con respecto a las razas, a las cuestiones sobre sanidad pública, a la prevención de accidentes, etcétera. Casi todo el mundo estaría de acuerdo en que la labor del psiquiatra es digna de ser tenida en cuenta y que merece la pena considerar cómo se pueden realizar mejor las campañas sobre salud o seguridad pública. El que estas campañas, tal como se realizan normalmente, surtan o no los efectos apetecidos es algo que necesita de una cuidadosa investigación; y esto cobra toda su importancia si, como existen razones para creer, se puede demostrar que la propaganda bien intencionada pero incompetentemente concebida, lejos de dar sólo resultados negativos, los da positivos y no deseados, incluso diametralmente opuestos a los apetecidos.

El Diccionario de Oxford define «propaganda» como «una asociación o plan para propagar una doctrina o práctica»; la palabra proviene del latín *propagare*, verbo que describe la práctica del jardinero que mete en tierra los esquejes frescos de una planta

para multiplicarla. Por ello, un significado del término, cuando fue por primera vez utilizado en su sentido sociológico por la Iglesia Católica, implicaba que la difusión de ideas por este sistema no era algo que se hubiese producido espontáneamente, sino más bien una forma de generación por cultivo o artificial. En el año 1633, el papa Urbano VIII fundaba la *Congregatio de Propaganda Fide*, conocida también por «La Congregación de Propaganda» o simplemente por «La Propaganda»: un comité de cardenales que tenía a su cargo, y que todavía tiene, las misiones de la Iglesia en el extranjero. Como es natural, se consideraba que aquello era un proceso benéfico que intentaba sacar a los paganos de las tinieblas mediante la predicación y el ejemplo, y si era artificial o cultivado, lo era tan sólo en el sentido de que, sin una intervención desde el exterior, estos pueblos nunca hubiesen conocido el Cristianismo. Como los misioneros sabían perfectamente lo que estaban haciendo, su propaganda era también deliberada, por lo que el moderno argumento de que es posible que la propaganda sea inconsciente, tema favorito de marxistas y otros, no les hubiese dicho nada.

Dentro del siglo actual, sin embargo, la imagen popular de la propaganda ha experimentado cambios radicales y la palabra ha llegado a adquirir oscuras connotaciones que entrañan todo un proceso frecuentemente siniestro y embustero, basado en el intento deliberado de un individuo o grupo de manipular, a menudo por medios ocultos o solapados, las mentes de otros para sus propios fines. En apariencia este cambio puede situarse a partir del empleo oficial de la propaganda como un arma en la guerra total de los tiempos modernos, comenzando por la Primera Guerra Mundial, cuando las mentiras, los subterfugios políticos y las versiones sobre atrocidades se utilizaron sin escrúpulos en un intento de influir sobre el resultado final. La exposición de estos métodos durante los años de entreguerras produjo una tremenda revolución del sentimiento popular entre los por entonces predominantemente pacíficos vencedores, junto con declaraciones admirativas por parte de los derrotados, algunos de los cuales decidieron hacer un uso todavía mejor de los mismos cuando llegara la ocasión. Pero este sentimiento ambivalente de que la propaganda es algo taimado, desagradable y frecuentemente estúpido y a la vez, sin embargo, un arma de poder devastador para «llegar» a la gente con o sin su consentimiento, tiene unas raíces mucho más profundas de lo que la explicación anterior sugiere. Surge, de hecho, de ciertos cambios fundamentales en la naturaleza de los medios de comunicación dentro de las sociedades técnicamente avanzadas; los métodos empleados durante y después de

la Primera Guerra Mundial fueron más el efecto que la causa de los desarrollos completamente nuevos en la estructura y técnicas del estado moderno. Más adelante veremos cuáles son estos desarrollos; de todas formas, está claro que los matices cambiantes de su significado han hecho de «propaganda» una palabra difícil de definir. Se emplea a menudo en un sentido despectivo y, a veces de que parte de su sentido original implicaba indudablemente una instancia colectiva a grupos de gente más o menos grandes, realizada por un individuo o por otro grupo, ahora se utiliza frecuentemente de manera tan indiscriminada como el término más reciente de «lavado de cerebro» para referirse a las actividades de cualquier individuo que quiera transmitir a otro información indeseada o inaceptable. Como la mayor parte de cualquier comunicación hablada o escrita intenta suscitar algún tipo de respuesta en el rercector, es fácil comprender por qué muchos entendidos consideran que propaganda es una palabra que ha perdido su utilidad.

Si se ignoran por el momento semejantes complejidades y se extiende la definición del diccionario, aplicándola a cualquier plan para propagar una doctrina *o práctica o para influir sobre las actitudes emocionales de los otros,* estaremos en posición de repasar brevemente el pasado histórico de la propaganda y las condiciones en las que se produjo. De este modo será posible descubrir algunas de sus otras características y demostrar cómo su efectividad y las formas que adopta están limitadas por la estructura y los recursos técnicos disponibles de la sociedad que la emplea. La razón obvia para ampliar la definición original es que el propagandista no hace siempre algo tan definido como intentar difundir una determinada doctrina o práctica, porque muy a menudo (como en la propaganda de guerra) lo único que intenta es suscitar fuertes emociones de odio o aprobación a favor o en contra de otro grupo por motivos de conveniencia, estrategia o simple codicia. Pero la presión emocional, ya sea suscitando sentimientos colectivos positivos o negativos, o presentando puntos de vista con un acento emocional, no es algo que se le haya añadido simplemente a la propaganda para hacerla más aceptable. Es fundamental a lo largo de todo el proceso. La argumentación racional y desapasionada utiliza una técnica totalmente distinta; cuando Sócrates, al hacer preguntas en vez de proporcionar respuestas preparadas a los problemas planteados por sus discípulos, los llevaba a descubrir la verdad por sí mismos, ciertamente no hacía propaganda, aunque en el proceso resultaran cambiadas las opiniones de sus discípulos. El propagandista no entra en una argumentación genuina, porque tiene determinadas sus respuestas por adelan-

tado. Se deduce que, si bien toda propaganda intenta cambiar las mentes, no todo cambio de mentalidad es producido por la propaganda. En vivo contraste con el método socrático está el que se encuentra, por ejemplo, en los libros de los profetas del Antiguo Testamento, donde se emplea una elocuencia vehemente con el fin específico de que los israelitas abandonen el culto de los falsos dioses y adoren a Jehová; pues, aquí, los medios incluyen argumentos, admoniciones y la amenaza del castigo divino. En tanto en cuanto está *a favor* de la creación de determinadas actitudes, el propagandista está necesariamente *en contra* de otras; y se preocupa tanto de extirpar lo que él considera creencias falsas como de propagar las «verdaderas». Lo cual sugiere una regla importante, y es que sólo se puede hablar de propaganda cuando existe otro punto de vista alternativo, no siendo por consiguiente propaganda el enseñar una creencia que es universal en un determinado momento o lugar. Por supuesto, algunas veces ocurre que la propaganda se realiza con el único propósito de poner fin a una práctica sin reemplazarla necesariamente por otra, como cuando los ministerios de sanidad pública quieren que la gente deje de fumar o cuando los británicos terminaron con la caza de cabezas entre los papúes y con la autoinmolación de las viudas hindúes sobre las piras funerarias de sus esposos en India. Pero semejantes campañas se llevan a cabo porque las autoridades interesadas consideran que estas costumbres o hábitos son indeseables o no son «buenos», como las consideran los que las practican. La alternativa que proponen los que efectúan la campaña está implícita en sus acciones.

Como la gente se hace cada vez más culta y, públicamente al menos, más civilizada, la palabra escrita juega un papel cada vez más importante en la difusión de ideas y en la creación de actitudes emocionales. La existencia de libros plantea dos problemas fundamentales para un estudio de la propaganda: la cuestión de si tiene sentido el hablar de propaganda inconsciente y el problema de la censura. Ninguno de estos dos problemas ha sido creado por la palabra escrita (a pesar de que es más fácil controlar lo que un hombre escribe que lo que dice), pero es evidente que sólo podemos saber del pasado leyendo libros, ya que persisten aún mucho después de que las palabras habladas hayan sido olvidadas. Las obras de Herodoto le valieron el título de padre de la historia, aunque también ha sido descrito con menor simpatía como un agente de prensa contratado por el estado ateniense. Pero realmente existen muy pocas razones para suponer que fuese más consciente de su parcialidad que los autores de los libros de texto de historia hasta hace poco, de sus prejuicios

imperialistas, pues la idea de ofrecerle al público una información objetiva sobre el mundo en general es, con algunas excepciones notables, relativamente nueva en el pensamiento humano. La libre expresión de ideas ha sido harto infrecuente y en modo alguno equivale a la intención de ser objetivo, lo que rara vez se ha tenido por algo especialmente recomendable. Durante siglos de la historia de Europa, la «verdad» ha sido la verdad católica, y ya hemos visto que cuando falta una opinión alternativa no tiene sentido hablar de propaganda, ya sea inconsciente o de otro tipo. Es significativo que la Congregación de Propaganda Católica naciera cuando la Iglesia comenzó a experimentar el verdadero impacto de las nuevas doctrinas y de las nuevas tierras por convertir. Si por «propaganda inconsciente» se quiere dar a entender el tipo de prejuicios que según se dice mostraba Herodoto, hay que recordar que en el pasado ha existido muy poca gente que no considerara como algo completamente natural el interpretar los acontecimientos desde la perspectiva de su propio estado o religión, aun si atisbaban confusamente la existencia de otros puntos de vista. Esto es manifestar una preferencia, pero no es propaganda, a no ser que se haga con el propósito de difundir la opinión expuesta entre aquellos que no la comparten. Cabe suponer que no habría habido nadie más sorprendido que el propio Herodoto ante la insinuación de que los babilonios o los egipcios podrían haber mantenido también, bastante justificadamente, sus propias versiones parciales de la historia. La mayoría de las sociedades europeas hasta el fin de la Edad Media estuvieron gobernadas por la tradición, y el tipo de propaganda que en ellas se hizo tuvo que hacerse dentro de la estructura permitida y, generalmente, por la gente culta. Se podía aventurar esta opinión o la otra, pero siempre recortadas sobre una imagen del mundo que parecía ser la representación fija e inalterable de la verdad; y, para las masas, la verdad se originaba en la autoridad, no en la evidencia de sus propios sentimientos ni en las conclusiones a las que se llega a través del pensamiento independiente. La Atenas de Pericles sobresale como un breve período en el que los hombres trataron deliberadamente de desechar los prejuicios y llegar a la verdad objetiva, y posiblemente el relato de Tucídides de la Guerra del Peloponeso es el primer intento de escribir imparcialmente la historia; sin embargo, los atenienses ejecutaron a Sócrates por haber corrompido a la juventud de la ciudad haciendo que pensara por sí misma. La Roma Imperial se preocupó muy poco de las creencias religiosas que pudieran tener sus ciudadanos, pero mucho de la dignidad del Estado, y Augusto obligó a Ovidio a exiliarse por «un poema y un error», mientras le

concedía a Virgilio el patrocinio estatal, siendo muchas de las obras de éste propaganda, más o menos descarada, en contra de las viejas ideas republicanas y a favor de Augusto y del Imperio. Estos son ejemplos de esa forma de censura que constituye un aspecto importante de la propaganda, en tanto en cuanto suprime selectivamente ciertas opiniones en favor de otras.

Pero probablemente sea un error considerar que toda supresión de información se hace por motivos de propaganda. Los sacerdotes del antiguo Egipto y de Babilonia, por ejemplo, mantenían en celoso secreto sus escrituras pictógrafas. Aquello no tenía nada que ver con la propaganda, porque, sea cual sea el significado que le demos al término, difícilmente podría incluir el hecho de que los misterios religiosos sean exclusivos de una casta sacerdotal. La lectura se fue democratizando al irse reemplazando sus toscos signos por los comienzos del alfabeto moderno, que permitía a comerciantes y escribanos registrar sus transacciones o incluso escribir literatura secular, pero la difusión de noticias se limitaba en gran parte a los ojos y a los oídos de los reyes. Este fue el caso de Babilonia y Asiria; mucho después, Julio César mandó colocar en el Foro ciertas crónicas de noticias, aunque entre los miembros de la clase gobernante circularan versiones un tanto diferentes. Durante la Edad Media circuló abundante información oral llevada por mensajeros especiales, pero también ésta estaba restringida al alto clero y a los gobernantes seculares. Hay que recordar, sin embargo, que por aquellos días las noticias eran escasas y muy apreciadas. Ningún gran estado de la antigüedad, como indica Bertrand Russell, tuvo un gobierno centralizado, ni mucho menos en la medida en que hoy es habitual. La razón principal era la imposibilidad de desplazarse rápidamente y, por lo tanto, de conseguir información. Así pues, aunque tanto la Iglesia como el Estado censuraban las opiniones prohibidas, la mayor limitación de las noticias era debida a la escasez, junto con la justificada opinión de que cuestiones semejantes no tenían interés para el pueblo, que ni las hubiese comprendido ni hubiese querido escucharlas. Todos los estados, desde las más antiguas civilizaciones hasta el presente, han poseído secretos de Estado y tenido ese tipo de asuntos «que el interés público no permite revelar»; pero aunque se ha abusado a menudo de esta forma de censura, normalmente no ha sido utilizada como arma de propaganda.

La propaganda mediante la censura adopta dos formas: el control selectivo de la información para favorecer un determinado punto de vista y la manipulación deliberada de la información para crear una impresión diferente de la que se quiso dar originalmente.

El ejemplo más obvio de la primera forma es la censura eclesiástica, que data de los primeros tiempos de la historia de la Iglesia, pero es más conocida bajo la forma del *Index Librorum Prohibitorum*, detectable a partir del siglo XVI, por el cual todos los libros considerados perniciosos para los católicos son puestos en el Indice por la Congregación del Santo Oficio. Sería imposible dar aquí una idea del gran número de obras importantes proscritas de esta forma, pero, para ofrecer un indicio de la actitud mental de los responsables, baste decir que la teoría de Copérnico estuvo prohibida hasta 1822. Dante y Galeno también tuvieron que ser perdonados en el transcurso del tiempo, pero Gibbon, Hume, John Stuart Mill, Goldsmith, Sterne, Kant, Voltaire, Croce, Stendhal e incluso las obras de un número de escritores modernos y específicamente católicos siguen estando prohibidos para el creyente, aunque los estudiantes pueden obtener permiso para leer las obras prohibidas. Esto es una forma de propaganda, porque es selectiva y está deliberadamente concebida para darle a quienes va dirigida una visión parcial del mundo en el que vivimos, un mundo que necesariamente incluye las opiniones de los otros, sean o no verdaderas. Las filosofías de Hume y Kant pueden ser simples desatinos, pero nadie puede pretender saber algo sobre filosofía si no le ha sido permitido leer sus obras.

Un ejemplo clásico de la segunda forma de propaganda por censura mediante información manipulada es el famoso telegrama de Bismarck a Ems en 1870. El punto en cuestión era si Leopoldo de Hohenzollern iba a acceder al trono de España, candidatura que contaba con el apoyo de Bismarck y con la oposición de Francia. El rey Guillermo de Prusia y el embajador francés habían paseado juntos por los apacibles jardines de Ems discutiendo el problema, aunque ya para entonces Leopoldo, alarmado por las protestas que había producido su candidatura, había renunciado a ella y la amenaza de la guerra parecía haberse disipado. Pero Bismarck quería la guerra, y cuando Guillermo envió un telegrama cifrado en el que describía la inofensiva discusión que había tenido lugar en Ems, Bismarck y sus colegas quedaron de momento abatidos por la poca importancia que tenía. De pronto, sin embargo, el canciller se dio cuenta de cómo podría hacer uso de aquello para salvar la situación. Cortando algunas palabras y frases y publicando luego el escueto telegrama resultante, podía hacer que una entrevista que había sido bastante correcta apareciese como un agresivo reto y el consiguiente desaire. Se hicieron estas provocativas alteraciones, se publicaron y la prensa de ambos bandos clamó por la guerra. Así comenzó la conflagración Franco-Prusiana, en la que resultaron muertos 141.000 hombres.

A escala más humilde, está la conocida práctica de los teatros de poner carteleras en las que se citan extractos de críticas importantes que, en muchos casos, han sido entresacados de su contexto original para crear una impresión favorable de lo que ha podido ser una crónica extremadamente desfavorable.

Pero la difusión o el control del conocimiento y de las opiniones en los primeros tiempos tenía inevitablemente un impacto muy limitado en el seno de la mayoría, apegada a sus tradiciones. Sólo la pequeña clase culta podía leer lo suficientemente bien los escasos libros manuscritos como para resultar afectada por la censura, y aún la más recia voz de entre los oradores públicos no llegaba demasiado lejos, haciéndose necesario el empleo de mensajeros o el emprender viaje por sí mismos si quería que sus comunicados traspasasen los límites de la plaza del mercado. La más amplia difusión del conocimiento y la libertad para desarrollar y difundir una gran diversidad de opiniones entre todos los niveles de la sociedad tuvieron que esperar a que se produjeran dos fenómenos históricos: la invención de la imprenta de tipos móviles en 1454, y la Reforma en el siglo siguiente. La primera hizo técnicamente posible la difusión de ideas y la información de hechos de manera más rápida y extensa que nunca, aunque no pudo ser plenamente efectiva hasta la introducción de la educación obligatoria para todos —acontecimiento que no se produjo en Inglaterra hasta 1870, más tarde que en otros países civilizados—. La Reforma tuvo efectos que no fueron precisamente los previstos por los reformadores (la mayoría de los cuales eran tan fanáticos e intolerantes como sus predecesores), pues debilitó a la Iglesia al dividirla en tantas sectas que, al menos en los países protestantes, su poder para evitar que la gente pensara y dijera lo que quisiera se vio muy disminuido. Para ser justos, hay que añadir que los protestantes promovieron la alfabetización al introducir la costumbre de leer la Biblia y que algunos reformadores, como Lutero en Alemania y Knox en Escocia, fueron los principales responsables de la introducción de sistemas educativos en concordancia con las líneas modernas.

Las primeras publicaciones inglesas que versaban sobre temas de opinión pública contemporánea, y que ahora describiríamos como noticias, fueron unos folletos de principios del siglo XV que abordaban diversos problemas sociales, políticos o religiosos desde un punto de vista generalmente muy partidista; siguieron a éstos los impresos con noticias redactados por profesionales, que le proporcionaban al lector todos los chismorreos y rumores de la ciudad. El primer hombre que publicó toda las noticias del día en una sola hoja de papel que se publicaba con periodicidad

semanal bajo un título distintivo fue Nathaniel Butter, que editó el *Weekly Newes* en 1622. Todas estas publicaciones estaban estrictamente censuradas por el Estado, salvo durante un breve período de libertad después de que fuese disuelta en 1641 la «Star Chamber»* (que había sido utilizada sin obstáculos legales por Carlos I y su partido para perseguir a sus oponentes). Pero el resultado de aquello fue una avalancha de publicaciones de tal magnitud que el «Long Parliament»** tuvo que imponer una censura aún más rígida sobre libros y publicaciones; censura que mantuvo la Commonwealth a pesar del alegato de Milton en pro de la libertad. Durante la Restauración Monárquica que siguió, la «Licensing Act» renovó en 1662 el privilegio real de imprimir, y la libertad de prensa data de 1695, año en que se derogó dicho decreto. Los siglos XVII y XVIII fueron pródigos en panfletos, producidos abundantemente por escritores como Defoe, Bunyan, Steele, Addison y otros muchos, que, al igual que los anteriores, contenían propaganda de las diferentes opiniones. A este respecto no eran menos partidistas que los periódicos; hasta el final del primer cuarto del siglo XIX, la prensa inglesa consistía exclusivamente en periódicos de opinión que imprimían, o deformaban, las noticias con el único propósito de convencer a los lectores de sus propios puntos de vista. La idea de noticia como información desempeñaba un papel correspondientemente pequeño, y acontecimientos de la importancia de la Batalla de Waterloo eran relegados a unas pocas líneas, disminuidos por los comentarios editoriales y los chismorreos difamatorios. De hecho el chisme y el escándalo le suponían a menudo al editor una fuente adicional de ingresos en concepto de sobornos y chantajes, pues podía amenazar con publicar o prometer silenciar noticias sobre escándalos en los que estaban implicados destacados personajes públicos, según el precio que estuviesen dispuestos a pagar los interesados. Sorprendentemente (al menos a la luz del desarrollo posterior) fue el auge de la publicación comercial lo que permitió en gran parte que los periódicos se hicieran honestos y moderadamente respetables. Porque pronto se vio que la única manera de atraer a los anunciantes era hacer periódicos de gran circulación, lo cual sólo

---

* *Star Chamber:* Cámara Estrellada. Tribunal secreto, nombrado por el rey, que se reunía en una sala cuyo techo estaba decorado con estrellas. Utilizaba métodos violentos para arrancar confesiones y juzgaba severa y arbitrariamente. [*N. del T.*]

** *Long Parliament:* Parlamento inglés reunido por primera vez en 1640. [*N. del T.*]

se conseguía presentando los hechos de una forma razonablemente objetiva.

En este corto repaso histórico hemos podido señalar algunas de las características más evidentes de la propaganda y mostrar cómo está influida, en cuanto forma de comunicación, por el aparato técnico disponible en cada momento para la difusión de las comunicaciones. Es necesario volver ahora sobre las opiniones e investigaciones de los psicólogos sociales modernos que han realizado un estudio científico del tema. Kimball Young, de la Universidad de Queens en Nueva York, define la propaganda como:

...el uso sistemático y más o menos deliberadamente planeado de símbolos, principalmente mediante sugestión y técnicas psicológicas similares, con la intención de alterar y controlar opiniones, ideas y valores y, en última instancia, cambiar las acciones públicas con arreglo a unas líneas predeterminadas. La propaganda puede ser abierta y tener un propósito declarado o puede ocultar sus intenciones. Siempre se mueve en una estructura sociocultural determinada, sin la cual no pueden comprenderse sus aspectos psicológicos y culturales.

Leonard W. Doob, de Yale, cuya *Public Opinion and Propaganda* es uno de los libros más importantes sobre el tema, da como definición lo que virtualmente es una versión abreviada de la anterior. La propaganda, dice, es:

...el intento sistemático de un individuo (o individuos) interesado en controlar las actitudes y, por consiguiente, las acciones de grupos de individuos mediante el empleo de la sugestión.

En otro lugar, sin embargo, al hablar del contenido de la propaganda, Doob dice que es «el intento de afectar la personalidad y de controlar la conducta de los individuos con vistas a fines considerados como acientíficos o de dudoso valor para una sociedad en un momento determinado». Tal y como está, parece una definición inadecuada, pues, ¿quién puede decir lo que es de «dudoso valor» en un momento dado? Aparentemente, la respuesta es que una sociedad debe juzgar por sí misma, ya que Doob sigue diciendo:

...la difusión de un punto de vista considerado por un grupo como «malo», «injusto», «feo» o «innecesario» es propaganda desde el punto de vista de dicho grupo.

Indudablemente es así como mucha gente determina lo que va a definir como «propaganda», pero eso no quiere decir que

esa definición subjetiva describa adecuadamente lo que realmente es la propaganda; de hecho, excluiría a lo que llamamos, bastante justificadamente, propaganda sanitaria. Sin embargo, la opinión de Doob de que la propaganda siempre tiene posición dentro de un marco sociocultural determinado se hace más evidente cuando contrasta la propaganda con la educación. Ya que la esencia de la educación, dice, es su objetividad *a la luz de las verdades científicas que prevalecen en cada época,* mientras que la esencia dė la propaganda es la tentativa de controlar la actitud de la gente, a menudo en direcciones irracionales (y siempre, podríamos añadir, por métodos irracionales). Por tanto, no era propaganda enseñar o difundir la imagen procopernicana del sistema solar cuando era una teoría aceptada generalmente en aquel tiempo, pero sí lo era el intentar censurar la nueva teoría emergente u ocultar el hecho de que existía una teoría alternativa. Alguien ha dicho que la libertad de elección presupone la apreciación plena de todas las alternativas existentes, y una característica común a todo tipo de propaganda es que intenta limitar deliberadamente nuestra elección, ya sea eludiendo argumentos (la declaración escueta de un solo punto de vista con exclusión de los demás) o haciendo una crítica emocional y no objetiva de la otra parte y de sus opiniones, mediante el uso de caricaturas, estereotipos y otros medios que veremos más adelante. La sensación de inquietud de tanta gente frente a la propaganda, sensación de que se les está intentando manipular por métodos soterrados, está bastante justificada. Casi siempre hay algo que el propagandista oculta. Lo ocultado puede ser la verdadera intención de su campaña, los medios (sugestión y otras técnicas psicológicas) empleados, el hecho de que existan alternativas a lo que él propone, o el hecho de que si éstas se llegan a mencionar es tan sólo para desacreditarlas. Que el material presentado sea verdadero o falso, que el agente sea sincero o hipócrita, que sus intenciones sean «buenas» o «malas», es completamente irrelevante. Lo que constituye la propaganda de la conducta es tanto la forma de presentar el material como su contenido.

Ya hemos mencionado el problema de la propaganda inconsciente; las cuestiones que plantea tienen sus mejores ejemplos en el terreno de la educación. Superficialmente, es fácil distinguir entre educación y propaganda, pues el fin de la primera es formar criterios independientes y el de la segunda proporcionar unos criterios prefabricados para evitar que se piense. El educador busca un proceso lento de desarrollo, el propagandista persigue resultados rápidos; aquél le dice a la gente *cómo* pensar, éste les dice *lo qué* pensar; el uno se esfuerza por conseguir una responsa-

bilidad individual y una mentalidad abierta, el otro, utilizando argumentos para la masa, se esfuerza por conseguir una mentalidad cerrada. Sin embargo, la distinción es más difícil de lo que puede suponerse. El gobierno soviético, por ejemplo, al igual que la Congregación de Propaganda Católica, considera la propaganda y la educación como procesos idénticos; según el *Diccionario Político Soviético,* la propaganda es «la exégesis intensiva de los escritos de Marx, Engels, Lenin y Stalin, de la historia del Partido Bolchevique y de sus tareas». *El Diccionario de la Lengua Rusa* de Ozhegov define «agitación» (que tiene una connotación desagradable en Occidente) como: «Actividad oral y escrita entre las masas, dirigida a inculcar en éstas ciertas ideas y eslogans para su educación política y para interesarlas en la solución de las tareas políticas y sociales más importantes». Además, los comunistas aceptan el argumento de Marx de que las ideologías son un mero reflejo de la lucha de clases que tiene lugar en todo sistema de producción no socialista y que, por esta razón, la ideología que prevalezca en un período histórico cualquiera será la que más favorezca a la clase económica dominante; como manifestara de una forma más cruda un americano no-comunista al juez Holmes: «Los filósofos son hombres contratados por los ricos para que demuestren que todo está bien.» Desde este punto de vista, todas las ideologías no comunistas son simple propaganda inconsciente o algunas veces consciente (el propio Marx, a diferencia de sus seguidores, exceptuaba el campo de la ciencia, al poderse verificar sus conclusiones por métodos empíricos). Estas no son propaganda en el «buen» sentido comunista que significa educación, sino en el sentido reaccionario o «malo» que lleva consigo el intento de embaucar a las masas. Por supuesto, no cabe ninguna duda de que la educación, tal y como se lleva a cabo en cualquier país, es casi siempre tendenciosa. Un científico social se tomó el trabajo de analizar un libro de aritmética muy utilizado en las escuelas americanas y descubrió que en menos de 200 páginas había 643 problemas que no sólo trataban, sino subrayaban los conceptos más característicos del capitalismo: renta, inversiones, intereses, etcétera. Se puede aducir que no es pecado el dar por sentadas las prácticas económicas existentes; sin embargo, en un país comunista esto se consideraría propaganda: se dijo, recientemente, que los educadores rusos estaban preocupados por la frecuencia con que el móvil del beneficio asomaba su fea cabezota en las páginas de sus propios libros de texto y que estaban tomando medidas para cambiarlos en una orientación mas progresista. Si se puede acusar de tendenciosa a la aritmética, ¡cómo será la enseñanza de los valores nacionales a través de la historia, la geografía y la literatura!

Estos son ejemplos de lo que quiere decir Doob cuando se refiere a la propaganda inconsciente; pero nosotros opinamos que, como es un hecho inevitable que todo el mundo pase la mayor parte del tiempo propagando sus propios puntos de puntos de vista y hay una gran dosis de verdad en la teoría de Marx con respecto a las ideologías, el término pierde virtualmente todo su significado y es mejor dejarlo. Ninguna de las prácticas arriba descritas son propaganda si no forman parte de un plan *deliberado* para el adoctrinamiento, como sucede en los países totalitarios. Doob ha complicado aún más el asunto al inferir que la sinceridad o la falta de ella por parte del propagandista debería de tenerse en cuenta, y otros autores han llegado a afirmar que el propagandista intenta, en cierto modo, engañar a su auditorio. En este sentido, se puede definir la sinceridad como la situación que se produce cuando existe poca o ninguna discrepancia entre los fines que un individuo persigue realmente y los fines que dice perseguir. Pero cualquiera de estos intentos de definir la sinceridad subestima la capacidad del hombre para autoengañarse y, como el mismo Doob admite, el propagandista está expuesto de una forma muy especial a convertirse en su primera víctima. En cualquier caso, la cuestión es irrelevante, pues el propagandista puede ser calculadamente falso o apasionadamente sincero; lo verdaderamente fraudulento es el método empleado, se dé cuenta o no de ello el agente.

La primera tarea del propagandista es captar la atención de su auditorio y, en el caso de los partidos políticos minoritarios y posiblemente revolucionarios o en el de los núcleos religiosos que intentan propagar una doctrina poco conocida, puede necesitarse un período considerable de tiempo para consolidar una estructura mental receptiva. Doob describe este período como «campaña de subpropaganda», y la mayor parte de los propagandistas preparan el terreno de alguna forma, distribuyendo, por ejemplo, octavillas y carteles o visitando casa por casa antes de embarcarse en una campaña general. Sucede corrientemente que, al intentar que su mensaje destaque sobre el fondo de otros muchos estímulos de la competencia, el agente aportará otro estímulo aún más sorprendente que, aunque tenga poco o nada que ver con su mensaje, sea efectivo a la hora de captar el ojo o el oído de forma que se haga notar. Son ejemplos: la propaganda sensacionalista de las elecciones americanas, los mítines del partido nazi en Nuremberg, que creaban una impresión de poder invencible, y, por supuesto, los ejemplos cotidianos como el de la hermosa muchacha, o el apuesto varón de los carteles de los fabricantes de cigarrillos, o el obrero de fuerza fabulosa que anuncia una determinada marca de cerveza negra. Estos no son sólo reclamos para la atención,

sino que, por sus implicaciones de poder, salud, entusiasmo, belleza y masculinidad, excitan al espectador y sirven para colocarlo en un estado mental más receptivo.

Pero nadie puede crear emociones inexistentes; el propagandista se limita a evocar o estimular aquellas actitudes del espectro total existente en su auditorio que encajan en sus planes, actitudes que pueden ser innatas pero que, por lo general, son socialmente adquiridas. Como todas las motivaciones básicas en el hombre están condicionadas emocionalmente, el experto hará buen uso del amor, la ira, el miedo, la esperanza, la culpa y cualquier otra sensación, emoción o sentimiento que le sirva para sus fines. Por lo general, querrá suscitar un deseo de algo, con la intención de sugerir más tarde que él es el único que tiene los medios para satisfacer ese deseo; pero puede también operar sobre los sentimientos de inseguridad o de culpa del destinatario de la propaganda para conseguir que quiera «hacer las cosas como Dios manda». Los floristas, por ejemplo, inventan la idea del Día de la Madre para aumentar sus ventas, de forma que, a largo plazo, no sólo se manifestará el amor filial con el envío de un ramo de flores, sino que aquellos que lo olviden comenzarán a sentirse avergonzados de sí mismos. Es un hecho bien sabido que las emociones humanas se hacen más intensas cuando se frustran y que la gente es más propensa a la sugestión cuando no se satisfacen sus deseos de alimento, abrigo, seguridad, prestigio y demás; de ahí la aterradora sugestionabilidad de la turba revolucionaria. Pero la frustración es un término relativo, y otro truco propagandístico muy común consiste en crear en el público la convicción de que está frustrado sin que importe el hecho de que realmente no le falta nada:

«¿Por qué no tener una piscina en su jardín?»

Existen otros dos factores importantes que influyen sobre la sugestionabilidad; trataremos de ellos más adelante, pero los mencionaremos ahora. Primero, la gente es siempre más sugestionable cuando forma parte de la multitud, que es cuando su credulidad individual tiende a reducirse al mínimo común denominador. Segundo, existen pruebas de que el suscitar *cualquier* emoción fuerte puede hacer más sugestionable al individuo, incluso cuando esa emoción se dirige en principio *en contra* del propagandista y de su mensaje. Como señala Kimball Young, hay algo más que una simple verdad en el viejo dicho de que la gente va al sermón a burlarse y luego se queda a rezar. Otras lecciones que tendrá que aprender el futuro manipulador de gentes son: el valor de la alusión a la autoridad, puesto que entre nosotros hay muy pocos que hayan conseguido librarse por completo de ese primer

condicionante que es la sumisión a un padre poderoso o a un substituto del padre, lo que nos hace estar especialmente dispuestos a fijarnos en ese tipo de ejemplos o incluso a tratar de emularlos. El deseo de mantenerse a la altura «de los mejores» también implica la obtención y conservación de esa autoridad y prestigio que hemos aprendido a admirar en otros. Luego está la vieja lección de que, si bien la propaganda a corto plazo se puede dirigir a grupos de cualquier edad, la concebida para un adoctrinamiento completo ha de estar dirigida a los niños y a los jóvenes, puesto que son los más vulnerables a las técnicas de sugestión y persuasión. Los partidos políticos revolucionarios, los grupos religiosos y los fabricantes de cigarrillos son por igual conscientes de esta verdad. Finalmente, los propagandistas deben saber que, con pocas excepciones, las campañas que presentan primero un punto de vista y después el punto de vista opuesto —quizás basándose en la teoría de que el público debe elegir racionalmente entre los dos— no son eficaces. Por supuesto, se saldría *ipso facto* de nuestra definición del término cualquier propagandista que hiciese tal cosa.

El mecanismo fundamental empleado por todas las formas de propaganda es, como hemos visto, la sugestión, que puede definirse como el intento de inducir en otros la aceptación de una creencia específica sin proporcionar evidencia ni base lógica alguna para su aceptación, exista o no exista dicha base. Las investigaciones han demostrado que la sugestionabilidad aumenta a partir de los cuatro años de edad y alcanza su grado máximo cuando el individuo tiene siete u ocho años, decreciendo después progresivamente. Esta observación nos lleva a dos conclusiones: *a*) que se origina con la adquisición del lenguaje, facultad de comunicar y de ser objeto de comunicación, y *b*) que su fuerza emocional se deriva de la sumisión a la autoridad paterna. La aceptación incondicional de las palabras de los padres alcanza su grado máximo durante esos años; al descubrir que en diversos aspectos sus padres no son omniscientes ni omnipotentes, el niño va adquiriendo gradualmente una inmunidad contra ese tipo de sugestionabilidad. Con la edad se van fijando y canalizando más la ideas y las reacciones y la persona elabora un criterio que se va haciendo cada vez más complejo, situándolo en la base de sus acciones, criterio que defenderá, con mayor o menor vehemencia, de cualquier ataque. La sugestión, por consiguiente, aunque es un arma poderosa, suele ser sólo efectiva cuando el propagandista es capaz de dar la impresión de que sus propuestas están de acuerdo con las ideas, ya existentes, del que recibe la propaganda o cuando la sugestión que crea es relativamente superficial y de ningún

modo supone una amenaza para las convicciones de su auditorio. Un buen ejemplo de sugestión dentro de la segunda categoría es el demostrado por un experimento llevado a cabo por dos sociólogos americanos, Sorokin y Boldyreff, que hicieron escuchar en dos ocasiones distintas el mismo disco de un fragmento de la Primera Sinfonía de Brahms a un grupo compuesto por 1.484 estudiantes de bachillerato superior y universitarios. En la primera ocasión, se dijo en una charla previa que la pieza era de calidad superior, musicalmente más perfecta y más hermosa que la otra (de hecho la misma) que escucharían después. Antes de la segunda audición, se dijo que la música que iban a escuchar era «una exagerada imitación de una famosa obra maestra, totalmente falta de consistencia y belleza». Nada menos que un 96 por 100 de los estudiantes aceptaron la sugestión de que eran dos discos diferentes; la segunda sugestión, es decir, que la primera audición correspondía a una pieza más bella —sugestión de prestigio, al proceder de un supuesto experto— fue aceptada por el 59 por 100, mientras que un 21 por 100 se «reservaba la opinión» y un 16 por 100 de los estudiantes reconocieron que las dos audiciones correspondían al mismo disco después de que una persona autorizada les dijese lo contrario.

A continuación señalamos algunas de las técnicas más concretas empleadas en la propaganda; se notará que la mayor parte de ellas siguen caminos muy trillados y comunes para la mente humana normal (por ejemplo, la mayoría de la gente *quiere* creer que los problemas son sencillos en vez de complejos, *quiere* que se confirmen sus prejuicios, *quiere* sentir que no «está marginada», lo que implica que otros sí lo estén, y *necesitan* señalar a un enemigo que cargue con sus frustraciones). Siendo esto así, el propagandista verá que sus sugestiones han caído en terreno fértil siempre que lance su mensaje sin perder de vista las actitudes existentes y el nivel intelectual del público.

1. *El empleo de estereotipos*

Es una tendencia natural el «tipificar» a la gente; esa imagen puede convertirse con el tiempo en una impresión fija casi impermeable a la experiencia real. Por eso la imagen del negro, del judío, del capitalista, del líder sindical o del comunista, así como las reacciones de los miembros de estos grupos, no se explican en términos de ellos mismo en cuanto individuos, sino en términos de su estereotipo. En los primeros años de este siglo, sir Charles Goring, del Servicio Inglés de Prisiones, que se oponía a la teoría

del criminólogo italiano Lombroso, según el cual existe un tipo de criminal específico con determinados estigmas físicos reconocibles, hizo que un artista dibujara de memoria los retratos de muchos de los reclusos de una prisión. A continuación hizo una fotografía compuesta de los retratos y descubrió que tenía un fuerte parecido con el estereotipo convencional de un criminal. Pero cuando se hizo un cuadro compuesto de las fotografías de la misma gente, no guardaba parecido alguno ni con los dibujos ni con la idea popular de un «tipo criminal». El artista había sido claramente influido por el estereotipo.

2. *La substitución de nombres*

El propagandista trata frecuentemente de influir a su auditorio substituyendo los términos neutrales que no le sirven para sus fines por otros, favorables o desfavorables, con una connotación emocional. De ahí que se diga «rojo» en vez de «comunista» o «ruso», «cabecillas sindicales» en lugar de presidentes de sindicato, etcétera. Por otra parte, en los tiempos que corren suena mejor «libre empresa» que «capitalismo», y el redactor del anuncio suele ser un experto en substituir los componentes relativamente sencillos de las medicinas o de los cosméticos patentados por palabras largas e impresionantes, disimulando así su verdadera identidad.

3. *Selección*

El propagandista selecciona de una masa de hechos complejos los que se ajustan mejor a sus fines. Nadie esperaría que un político conservador se saliese del tema para mencionar el incidente de Suez, ni que un laborista mencionase sin necesidad el «plan de los cacahuetes». La censura es una forma de selección, y por tanto de propaganda.

4. *Mentira descarada*

Desde las historias sobre las atrocidades de los sarracenos durante las Cruzadas y los ridículos cuentos sobre los sacerdotes belgas utilizados como badajos humanos o sobre las fábricas de jabón humano de la Primera Guerra Mundial, hasta la recomendación hitleriana de la gran mentira, la falsedad ha formado siempre parte del bagaje del propagandista.

5. *Repetición*

El propagandista sabe que si repite suficientemente una declaración ésta llegará con el tiempo a ser aceptada por el público. Una variedad de esta técnica es el uso de eslogans y palabras clave, por ejemplo, «Trato equitativo para todos» («Fair Shares for All») «El mundo para la democracia» («Keep the World Safe for Democracy»), «Ein Volk, ein Reich, ein Führer», «Players Please» («Players, por favor»), «Guinness para tener fuerza» («Guinness for Strength»), etc. Frases semejantes, que frecuentemente no significan nada, juegan un papel fundamental en la política y en la publicidad; sin embargo, ¿qué es un «trato equitativo»? ¿Qué *es* la «democracia»?

6. *Afirmación*

El propagandista muy rara vez argumenta, sino que prefiere hacer audaces afirmaciones a favor de su tesis. Ya hemos visto que la esencia de la propaganda es la presentación de un solo aspecto, la limitación deliberada del libre pensamiento y de la pregunta.

7. *Señalar al enemigo*

Al propagandista siempre le resulta útil lanzar un mensaje no sólo *a favor* de algo, sino también *en contra* de algún enemigo real o imaginario que supuestamente frustra los deseos de su auditorio. De ahí las campañas nazis en contra de los judíos y de las «pluto-democracias» que, mediante la cuidadosa selección de objetivos concordantes con las tradiciones ya existentes en el grupo, tenían el doble efecto *a*) de desviar la agresión lejos de los propagandistas y de su partido, y *b*) de fortalecer la sensación de integración en el grupo, mejorando así la moral del partido.

8. *La alusión a la autoridad*

Como ya hemos dicho, la alusión a la autoridad forma parte de la naturaleza de la sugestión. La autoridad a la que se recurre puede ser religiosa o bien una figura política prominente o, especialmente en publicidad, la autoridad de la ciencia y de las profesiones. Por ejemplo: «Los médicos han comprobado tras más de mil

pruebas, que X deja su piel más joven, más suave, más fragante que nunca.» ¿Qué doctores? ¿Cómo se comprueba la «fragancia»? Otra forma de alusión a la autoridad consiste en recurrir a la masa o, como lo llaman los americanos, a la «técnica de la moda» («bandwagon technique»), que implica que «todo el mundo lo hace», y por consiguiente, el que no lo hace queda marginado.

Hasta ahora hemos encontrado pocas pruebas que sugieran que, en condiciones normales, la propaganda mediante la palabra hablada o escrita sea un procedimiento especialmente poderoso o siniestro, al estar su eficacia estrictamente limitada por ciertas consideraciones sociales y psicológicas muy definidas. Obviamente, si un estado totalitario tuviese un control tan absoluto sobre los medios de comunicación que fuese la clase dirigente la que decidiese mediante censura lo que puede escuchar el ciudadano normal y lo que no puede escuchar, su poder para influir en los pensamientos y en las acciones parecería casi total. Sin embargo, nunca llega a ser absoluto, pues incluso a falta de una información adecuada (y la censura es más fuerte que toda elocuencia), no se puede evitar que la gente piense. Así estaban las cosas en Europa, salvo durante breves períodos de libertad, hasta el Renacimiento y la Reforma, y así siguen estando en los modernos estados totalitarios. No obstante, no hay nada de astucia ni de interés psicológico en el control puramente mecánico de la información y, como ya hemos indicado, en los países que utilizan estos métodos, la palabra «propaganda» connota algo «bueno» y es sinónimo de educación.

El cambiar la mentalidad implica la existencia de una serie de puntos de vista a los que se puede cambiar; por eso el agitador o propagandista más interesante es el que se enfrenta a una competencia. Cuanta más competencia existe, más difícil resulta el trabajo del propagandista. Lo que ocurrió en Francia e Inglaterra durante los siglos XVII y XVIII, cuando todo el mundo se ocupaba en propagar diferentes opiniones, tuvo un papel decisivo en la creación de una sociedad libre. Ya hemos mencionado algunas de las limitaciones psicológicas de la propaganda, y más adelante señalaremos otras, pero hemos visto que la más importante es que todo el mundo desarrolla en los primeros años de la vida un sistema más o menos rígido de creencias y actitudes, y, salvo en los asuntos más triviales, el único camino abierto que le queda al propagandista es el de seguir la corriente de las tendencias que ya existen y tratar de demostrar, posiblemente mintiendo, que su sistema no tiene por qué entrar en conflicto con los de su público y que incluso los complementa.

Como es natural, estos sistemas de creencias son modificados por la estructura cambiante de los acontecimientos históricos y tecnológicos, pero, también aquí, el propagandista, a no ser que tenga un control completo de toda la información, tiene que seguir la corriente. Sin embargo, hoy se teme más que nunca al posible manipulador del pensamiento, y se le teme más en los países libres que en los totalitarios. Como decíamos antes, este cambio puede fecharse a partir de los sentimientos que suscitó la propaganda de la Primera Guerra Mundial, pero sus causas son más profundas y están enraizadas en el modo en que se han desarrollado los sistemas de comunicación social desde la democracia de libertad-para-todos del siglo XVIII hasta la sociedad de masas de nuestros días.

Los panfletos de los siglos XVII y XVIII desempeñaron un papel importante en la difusión de las ideas democráticas entre sectores cada vez más amplios de la población, tanto por el impacto directo de estas ideas como, indirectamente, por el choque entre las muchas y muy diversas opiniones. Esto, junto con el acceso al poder de la clase media, anunció los comienzos de la sociedad democrática en Inglaterra a partir de la revolución de 1688* y la llegada de lo que se ha dado en llamar «el público con opinión», cuya principal característica era el flujo y reflujo de la discusión en el seno de pequeños grupos de ciudadanos cultos que se reunían frente a frente y que por tanto tenían la posibilidad de interpelarse mutuamente. Estos grupos ilustrados podían discutir, y difundir sus opiniones mediante publicaciones (cuyo coste resultaba entonces muy bajo), organizar sociedades para propagar sus credos y, por último, podían tener la esperanza de llegar a formar una opinión pública que el gobierno o el poder legislativo se sentiría forzado a incorporar a las leyes del país. Como señala el sociólogo americano C. Wrigh Mills, esta idea de la opinión pública, generalizada en el siglo XVIII, era paralela a la doctrina económica del *laissez-faire* de la época, que suponía un mercado compuesto de empresarios en libre competencia, al igual que el público estaba compuesto por círculos de opiniones mantenidas por individuos esencialmente iguales que competían libremente.

---

* Obviamente las opiniones difieren a la hora de establecer el comienzo de determinados movimientos históricos; por ejemplo, algunos situarían los comienzos de la sociedad democrática en Inglaterra a partir de la revolución de Cromwell, y la libertad de prensa a partir de la abolición del «Stamp Act» sobre los periódicos en el siglo XIX. Aquí hemos seguido la opinión de Trevelyan expuesta en su *English Social History*.

Así como el precio es el resultado del comercio entre individuos anónimos y en igualdad de condiciones, la opinión pública es el resultado de que cada hombre piense por sí mismo, contribuyendo con su voz al gran coro. Sin duda, algunos pueden tener más influencia que otros en el estado de opinión, pero ningún grupo monopoliza la opinión ni determina por sí mismo qué opiniones prevalecen.

En pocas palabras, a la gente se le presentan problemas sobre los que discute y decide; forma puntos de vista que luego son organizados y compiten entre sí hasta que vence uno de ellos. Cuando se alcanza este grado, sus representantes reciben la orden de poner en práctica su programa, a lo cual están obligados. En una sociedad de este tipo, la propaganda tiene una amplia difusión, es variada y abierta y cada esfuerzo individual tiene lugar a escala relativamente pequeña; la propaganda, en el sentido moderno de manipulación más o menos encubierta del público por élites poderosas, no es problema, pues la autoridad formal recae sobre el propio público y sus representantes. La manipulación oculta tampoco fue un problema para las sociedades autoritarias de los tiempos medievales, ni siquiera para los de hoy en día, pues el poder lo ejercen abiertamente los organismos dirigentes y sus agentes, quienes no necesitan manipular al público para obtener o retener el poder mediante la ocultación de su ejercicio. Cuando sólo existe una única opinión universal, como en la Edad Media, está apoyada en la tradición y reforzada por la autoridad temporal; cuando, como en la moderna sociedad totalitaria, se inculca deliberadamente una ideología y se excluyen las demás mediante el control gubernamental sobre los medios de comunicación, la situación es prácticamente la misma. En ambos casos se enseña la ideología como «verdad» absoluta y, al estar identificada con el poder público y la autoridad, no se hace necesaria ninguna manipulación encubierta. La propaganda es uniforme, abierta y considerada como sinónimo de educación.

La sociedad del siglo XVIII estaba basada en la creencia de que existe una armonía natural de intereses entre los hombres y de que, en última instancia, la razón es suprema. Pero, a mediados del siglo XIX, estas ideas comenzaron a cambiar con el impacto de las nuevas, entre las que destacan: 1) la supuesta necesidad de expertos para decidir sobre los asuntos realmente importantes de la vida política: 2) una nueva convicción de la irracionalidad esencial del hombre; 3) la doctrina de Rousseau acerca de la soberanía de todo el pueblo, esto es, la cuestión de la democracia de masas; y, por último, 4) el descubrimiento por Marx y Engels de la lucha de clases. La teoría marxista no sólo contradecía

a la doctrina de la armonía natural, sino que además demostraba que las ideologías, al estar socialmente condicionadas, no son en general ni racionales ni objetivas. Gradualmente, el individualismo fue dando paso a concepciones colectivas de la vida económica y política, la armonía natural dio paso a la inarmónica lucha de clases y de grupos de presión organizados, la razón desinteresada al reconocimiento de intereses creados y, fatalmente, se fue descubriendo de una forma progresiva la efectividad de la atracción de lo irracional entre las masas frustradas.

Si contrastamos la idea de la sociedad en el siglo XVIII con la de la nueva sociedad de masas, veremos que en la primera hay tanta gente expresando opiniones como recibiéndolas, que existe la posibilidad de replicar y que las opiniones surgidas de la discusión cara a cara en pequeños grupos son capaces de conducir a la acción incluso contra la autoridad. Además no existen instituciones públicas reconocidas por el gobierno para penetrar en el público, cuya autonomía de la autoridad instituida es auténtica. Por el contrario, en la sociedad de masas los que reciben opiniones son muchos más que los que en realidad pueden expresarlas, pues el público se ha convertido en un conglomerado de individuos que tienen que aceptar sus creencias e ideas a través de los nuevos medios de comunicación de masas. Las comunicaciones son de tal naturaleza que hacen casi imposible la réplica eficaz y, consecuentemente, disminuye la esperanza de que la opinión se pueda traducir en acción, pues todos los canales de la acción están controlados por las autoridades. Finalmente, no hay autonomía de las instituciones reconocidas por el gobierno; éstas llegan hasta las masas y, en el caso extremo de los gobiernos totalitarios, las aterrorizan hasta la uniformidad mediante la infiltración de confidentes, como el antiguo sistema nazi «de calle por calle, manzana por manzana» o el actual sistema comunista. En palabras de Wright Mills:

...hay un movimiento desde la amplia dispersión de pequeños poderes hacia la concentración de los mismos y el intento de monopolizar el control desde centros de poder paricalmente ocultos, que son a la vez centros de manipulación y de autoridad. La pequeña tienda que suministraba a una vecindad es reemplazada por el anonimato de una empresa nacional: la publicidad masiva substituye a la influencia personal de opinión entre el tendero y el cliente. El político graba su discurso en una emisora nacional y habla, con los apropiados toques personales, a un millón de personas a las que ni ha visto ni verá jamás. Hay en el «negocio» de la «opinión» ramas profesionales e industriales enteras que se alquilan para manipular impersonalmente al público.

Los numerosos críticos de esta situación han optado por una visión pesimista de este tipo de sociedad en el cual, según se dice, no existe separación entre los medios de comunicación de masas controlados por élites poderosas y la autoridad gobernante. En el seno de esta sociedad decrece ese sentimiento de «pertenencia» reflejado, por ejemplo, en la publicación de libros como *The Lonely Crowd* [La muchedumbre solitaria] de Riesman y en el progresivo énfasis que los psiquíatras ponen en la soledad como factor importante en el desarrollo de las enfermedades mentales. El pequeño ejército profesional es reemplazado por el gran ejército de reclutas; el pequeño negocio, por la industria de producción masiva; ambos consideran la «moral» como un problema y la equiparan con la conformidad, empleando a psiquíatras y psicólogos para que la consigan. Los pisquíatras y maestros ven cada vez más el ideal de normalidad en la «adaptación social», poniendo buen cuidado en no inquirir demasiado a fondo con preguntas como: «Adaptarse ¿a qué? y ¿con qué fin?» Las escuelas, lugares en donde antaño se enseñaba el conocimiento de la época sobre el fondo de las tradiciones del pasado con el fin de crear al caballero *(gentleman)* desinteresado y de mentalidad racional se están convirtiendo prácticamente en centros de formación vocacional. Por eso, el libro *Education for Tomorrow* [«*Educación para el mañana*»] de John Vaizey, se basa en la premisa de «... vale la pena gastar dinero en educación porque ayuda a la economía... porque proporciona un cuerpo de trabajadores especializados y preparados a todos los niveles, que ayuda a mantener una marcha económica muy fluida». Y añade que la enseñanza tradicional de nuestras escuelas públicas, basada en las dotes de mando, es «extremadamente inadecuada para el mundo moderno», y los ideales de independencia e iniciativa personales, antaño muy apreciados, han «...pasado de moda debido a las realidades económicas del siglo xx, donde tienen mayor valor el conocimiento especializado, la investigación, la preparación técnica y un claro reconocimiento de la dureza de la competencia».

Los nuevos medios de comunicación como la radio, la televisión o el cine, fueron bien recibidos al principio por los progresistas quienes vieron en ellos la oportunidad o, como escribía un psicólogo a principios de siglo refiriéndose a la radio y al cine, «...la posibilidad de ampliar indefinidamente la competencia de ideas», de forma que «tenderá a desaparecer todo aquello que deba su persistencia a la falta de comparación». Pero esta esperanza, al decir de los críticos, no se ha hecho realidad; incluso en los países democráticos, la radio y la televisión están controladas directa o indirectamente por el gobierno o, lo que es todavía

peor, por compañías comerciales pagadas por anunciantes que «dan al público lo que éste desea», es decir, según esta cencepción, la basura a la cual han sido condicionados los deséos del público. En los países no totalitarios existe aún la posibilidad teórica de una competencia entre los diversos medios, pero es una posibilidad cada vez menos realista, primero, porque la mayoría de la gente suele recibir toda su información de los mismos periódicos, emisoras de radio y revistas y, raramente, busca opiniones contrarias a las suyas; segundo, porque la verdadera competencia entre los medios de comunicación es a menudo más aparente que real. Según Wright Mills, Vance Packard y muchos otros, los medios de comunicación y la presión social de las masas condicionadas por éstos actúan de forma que producen una uniformidad cada vez mayor. A través de los medios de comunicación se le dice al individuo lo que es en términos de *status* y rol, como debe pensar y comportarse en ese rol, cuáles deben ser sus aspiraciones y cómo habrá de esforzarse para conseguirlas. El director de una gran empresa, el «hombre de organización» [*Organization Man*] de William H. White, tiene que ajustarse a un determinado estereotipo configurado por lo más penetrantes *test* psicológicos y al que también tienen que adaptarse su mujer, su familia y toda su vida fuera de la empresa, así como los libros que lee, el tipo de casa en la que vive y el modelo de automóvil que conduce. El ideal es la adaptación a los esquemas oficiales, no conseguirlo está cada vez peor visto, y la manipulación, ya sea camuflada bajo el título de estudio de *management* o de cursos sobre «relaciones humanas», es la regla.

En cuanto al campo de la publicidad, sus representantes más competentes están de acuerdo en que, bajo las condiciones modernas de producción, la función real de este arte consiste en inferir diferencias inexistentes entre diversos productos o en abultar exageradamente las pequeñas diferencias que pueda haber. Pierre Martineau lo expresa con suficiente claridad en su libro *Motivation in Advertising* [«La motivación en la publicidad»]:

> Uno de los difíciles problemas con los que se enfrenta la publicidad es la progresiva estandarización de productos y servicios. Cualquier diferencia en calidad, precio, embalaje o servicio ha desaparecido casi por completo. El pan, la leche, la ropa, los frigoríficos, el servicio aéreo, los bancos o cualquier cosa que usted tenga: físicamente son prácticamente indistinguibles. Y sin embargo, la publicidad necesita cada vez más individualizar el producto para venderlo de antemano, haciéndolo más deseable que cualquier otra cosa.

El ciudadano, al irse dando cuenta poco a poco de hasta qué punto está sometido, abierta o soterradamente, a las presiones

psicológicas de aquellos que detentan el poder real en la sociedad de masas, no es soprendente que se sienta indefenso y a merced de «ellos», los grupos dirigentes en el poder que controlan cada vez más, o tratan de controlar, sus actitudes. Si por casualidad este ciudadano vive en una de las llamadas «democracias», estos grupos serán «los intereses comerciales, económicamente concentrados, que a menudo se muestran sorprendidos ante la sugerencia de que no puede haber libre expresión en un sistema en el que los medios de comunicación pertenecen a individuos o a pequeños grupos cuyas principales garantías, o las únicas, son las de haber podido reunir el capital necesario. Estas protestas son bastante certeras, pues se puede decir todo (o casi todo)... siempre y cuando se pueda costear el decirlo y se pueda decir de manera rentable.»*

Si vive el individuo en un estado totalitario o bajo el control de una iglesia autorizada, en tales circunstancias el propósito abiertamente admitido de las comunicaciones es transmitir las instrucciones, ideas y actitudes de la élite dirigente, excluyéndose por principio las demás opiniones. Los medios de comunicación pueden estar en ocasiones directamente controlados por el grupo dirigente, o bien estar controlados de un modo indirecto a través de la censura; pero, en ambos casos, tanto el estado autoritario como la iglesia, como dijo en cierta ocasión George Orwell, «...dan por supuesto que un oponente no puede ser honesto e inteligente a la vez. Tanto el uno como la otra pretende tácitamente que la "verdad" ya ha sido revelada y que el hereje, si no es simplemente un loco, es secretamente consciente de la "verdad" y se resiste a ella por motivos egoístas». Se deduce, pues, que el hereje es o un delincuente o un demente, y el tratamiento adecuado es la prisión, la muerte o (suponiendo que padece algún tipo de imbecilidad moral) alguna forma de «tratamiento correctivo» dirigido a eliminar los «pensamientos criminales» y a inculcar un nuevo código moral. A pesar de todo (paradójicamente, porque el uso autoritario del poder se hace abierta y descaradamente como en la Edad Media) puede suceder que el ciudadano que vive en estas circunstancias se sienta menos manipulado que el americano o el inglés cuyo verdadero temor es a los «persuasores ocultos» que tratan de manipularlo sin que él se dé cuenta. Tal es la imagen del estado moderno que nos dan sus actuales críticos; y como muy poca gente se atrevería a negar que contiene algo de verdad, nos encontramos de nuevo ante las cuestiones que planteamos en principio, esto es: hasta qué punto existen presiones

---

* *Britain in the Sixties: Communications,* Raymond Williams. (Penguin Books, 1962.)

encubiertas o públicas, qué técnicas se utilizan para ejercer estas presiones y cómo influyen en la mente humana. Pero la cuestión fundamental, que no parecen habérsela planteado nunca los que proponen la teoría de la manipulación, por considerar que la respuesta es evidente por sí misma, es si alguien ha cambiado alguna vez de manera significativa excepto en la línea de sus propias actitudes ya existentes o para adaptarse a un medio variable. ¿Es posible, de hecho, producir alteraciones *fundamentales* de la mente adulta, en una *orientación previamente determinada*, por cualquiera de los métodos conocidos? En los capítulos que siguen discutiremos y valoraremos muchos de los intentos que se han hecho, y esperamos poder demostrar que la respuesta a esta interrogante no es ni mucho menos evidente. Antes, sin embargo, es necesario tener en cuenta cómo se forman las actitudes y cómo, en circunstancias comparativas normales, se puede hacer que cambien.

2. La formación de actitudes

La palabra «actitud» se ha definido de muchas maneras, ninguna de las cuales, sin embargo, difiere gran cosa de lo que el individuo entendería al escucharla o al hacer uso de ella. Gordon Allport ha definido actitud como «un estado de disposición mental y nerviosa, organizado a través de la experiencia, que ejerce una influencia directa o dinámica sobre la respuesta del individuo a todos los objetos y situaciones con los que está relacionado». Bogardus la define como la «tendencia favorable o contraria respecto a algún factor ambiental que se convierte, por consiguiente, en un valor positivo o negativo», mientras que Sherif utiliza la palabra para referirse a la «parte principal de lo que está socializado en el hombre», lo cual hace de las actitudes los constituyentes básicos del ego o yo, como es muy probable que lo sean. Una actitud es, simplemente, un concepto empleado por el psicólogo social para explicar, sin referencias complicadas a la psicología individual, por la que no está directamente interesado, lo que sucede entre el estímulo y la respuesta para producir el efecto observado. Un americano de uno de los estados sureños responderá probablemente de forma muy distinta que otro del Norte al mismo estímulo: la presencia de un negro; explicamos esto diciendo que tiene una actitud diferente hacia la gente de color. Todos tenemos estas actitudes hacia otras personas u objetos de nuestro

medio, ya sean amistosas u hostiles, interesadas o indiferentes, respetuosas o irrespetuosas, enérgicas o sumisas; por eso, cuando decimos que un individuo tiene una actitud hacia su propio país o hacia otros, la democracia o el comunismo, los negros o los judíos, los protestantes, la anticoncepción o la vivisección, lo que queremos decir es que estos conceptos o entidades actúan como estímulos que suscitan determinados sentimientos que hacen que la persona piense y en ocasiones actúe de una manera concreta. Son respuestas que ha aprendido como resultado de anteriores recompensas o castigos, experiencias satisfactorias o insatisfactorias, éxitos o fracasos, fundamentalmente con otra gente. Por eso, en aquellos países o regiones en los que los negros son considerados seres inferiores, la actitud general hacia ellos está determinada más bien por el contacto con la actitud social predominante, resultado de una determinada tradición, que por el contacto real con los negros en cuanto individuos. Sherif nos cuenta la historia de una niña que acudió a abrir la puerta de su casa y luego fue a su madre diciendo que había una señora que le quería ver. Su madre fue a la puerta, cuando volvió dijo: «No era una señora, querida; era una negra.» No debes llamar señora a una «negra». Lo más probable es que la niña aprendiera la lección y comenzara a formar una nueva actitud a partir de esta apacible expresión de intransigencia social. Esta es una manera de formar actitudes, que luego se refuerza con interpretaciones tendenciosas de la experiencia, en este caso, observando la relativa falta de educación de los negros en determinados estados y las condiciones de pobreza en las que viven, que, a su vez, debido a lo que se ha llamado «profecía que por su propia naturaleza se cumple», se deben en parte a las propias actitudes predominantes.

El sociólogo Robert K. Merton da un ejemplo de este principio en la práctica. Un sindicalista honesto, con ningún prejuicio especial en contra de los negros, favorece a pesar de todo la política de excluirlos de su sindicato, en base a una consideración racional de los hechos: los negros que provienen del Sur no están hechos a las tradiciones del sindicalismo ni a la práctica de la negociación colectiva. El negro, con su bajo nivel de vida, está dispuesto a aceptar trabajos cuya retribución es inferior a la establecida. Es, en definitiva, un rompehuelgas y, aunque involuntariamente, un traidor a la clase obrera. Estos hechos, tal y como están expuestos, son bastante ciertos. Pero Merton comenta: «Nuestro sindicalismo no llega a ver que ha sido él y los de su especie los que han producido esos mismos "hechos" que él observa. Pues al definir la situación como una en la que considera que los negros son absolutamente incompatibles con los principios

del sindicalismo y al excluirlos del sindicato, provocaba una serie de consecuencias que en verdad hacían imposible que muchos negros eludieran el papel de esquirol».

Por regla general, el psicólogo social, aunque interesado por el origen de las actitudes y por sus efectos sociales, no se interesa especialmente en qué es lo que hace que se formen en el interior del ser humano individual. Pero desde nuestro punto de vista ésta es una de las cuestiones más importantes a tener en cuenta, especialmente a partir de las importantes conclusiones prácticas de las obras de psicología más recientes. Ciertamente nunca ha sido tan necesario como ahora descubrir por qué la gente mantiene ciertos criterios y los métodos con los que otros tratan de influir sobre ellos. Para hacerlo, es conveniente dejar bien sentado que todas las actitudes surgen de una u otra (por lo menos) de las siguientes formas y tienen su origen en estas fuentes: 1) en las experiencias del niño durante sus primeros cinco o seis años de vida con respecto a las relaciones con sus padres; 2) en la asociación entre individuos o el encuentro de grupos formales o informales en un momento posterior de la vida —más adelante hablaremos de cuáles son estos grupos y de qué incluyen—; 3) en experiencias únicas y aisladas o experiencias similares repetidas a lo largo de la vida. En virtud de la Ley de la Prioridad (según la cual cuanto más temprana sea una experiencia más potente será su efecto, pues influirá sobre la interpretación de experiencias posteriores), estas fuentes están enumeradas por orden de importancia y serán tratadas conforme al mismo orden; pero no hay que olvidar que como telón de fondo está la sociedad y su cultura o la forma de vida a la que pertenece el individuo. Se trata de la cultura que los padres tratan de inculcarle al hijo en sus primeros años, a través de lo que se conoce con el nombre de *influencia sociocultural mediatizada;* posteriormente, la persona en pleno desarrollo, o ya desarrollada, aprende aún más a través de lo que se conoce como *influencia sociocultural directa,* ya sea por sí misma o a través de los grupos sociales a los que pertenece.

La cuestión de la cultura ha sido de fundamental importancia desde que las antropólogos americanas Margaret Mead y Ruth Benedict comenzaron en los años treinta sus estudios sobre las culturas primitivas y demostraron hasta qué punto la «naturaleza humana» es variable en circunstancias diferentes; lo que, ciertamente, había sido ya observado antes de la Primera Guerra Mundial por el antropólogo británico W. H. R. Rivers. Estas variaciones en los ideales sociales (ideales acerca de cómo deben comportarse los miembros individuales de una sociedad) se describen como su estructura característica básica, y la mayor parte de las primeras

investigaciones se llevaron a cabo en tribus pequeñas, aisladas y relativamente primitivas, por la sencilla razón de que éstas suelen estar menos influidas por factores externos y carecen de las subdivisiones regionales, políticas y de clase que hacen tanto más complejas a las sociedades técnicamente avanzadas.

No es necesario entrar en más detalles sobre un tema sobre el que ya se ha escrito mucho, pero, como indicó Ruth Benedict, muchas de las actitudes que a nosotros nos parecen completamente anormales han sido utilizadas por otros pueblos como base de su vida social y, por el contrario, actitudes que nosotros consideramos completamente válidas y recomendables han sido consideradas deleznables por culturas de diferente organización. La tribu Arapesh de Nueva Guinea se sorprende ante la más mínima muestra de agresividad, jactancia o cólera, mientras que en la de los Mundugmer, vecina de aquélla, el ideal es la violencia y la agresión, tanto para los hombres como para las mujeres; y en la misma zona geográfica habita la tribu Tchambuli, donde parece que se ha invertido el papel de los sexos, pues los hombres son dóciles, emocionalmente dependientes y se preocupan del aspecto personal, mientras que las mujeres son dominantes y mandan. Los Zuñi (una raza de los pueblos de Nuevo Méjico) son un pueblo cuya vida está centrada en las ceremonias religiosas; es próspero pero no se interesa por el progreso económico. Sienten la máxima admiración por los hombres amigables que no causan problemas ni tienen aspiraciones, detestando, en cambio, a los que quieren convertirse en jefes. Por eso, los jefes de la tribu tienen que ser obligados mediante amenazas a aceptar el mando, y cuando consiguen el mandato son mirados con desprecio y resentimiento. Por otra parte, los antiguos Kwakiutl de la isla de Vancouver representan casi una parodia de la civilización industrial; el motivo principal de este pueblo era la rivalidad, pero una rivalidad que no tenía nada que ver con las intenciones habituales de mantener a una familia o poseer bienes, sino más bien con la intención de superar y avergonzar a los vecinos y rivales mediante el «consumo conspícuo». En sus ceremonias del potlatch, los miembros de esta tribu competían entre sí quemando y destruyendo su dinero y sus posesiones; es decir, su ideal era el hombre que para nosotros sería quizás un paranoico megalómano o, posiblemente, un magnate industrial. La vida de los Dobu, en el noroeste de Melanesia, favorece el odio maligno y la animosidad. Se está a la espera de conductas traicioneras, no mitigadas por concepto alguno de piedad o amabilidad y dirigidas contra vecinos y amigos. En Bali, según Roheim, tenemos una civilización totalmente esquizofrénica.

Con esto queremos demostrar, en primer lugar, que es una pérdida de tiempo el intentar hacer interpretaciones fáciles de la conducta en términos de una «naturaleza humana universal basada en instintos fijos que responderán uniformemente a los mismos estímulos, y, en segundo lugar, que en los países modernos, con toda su complejidad, se inculca o se trata de inculcar a sus habitantes determinadas actitudes que forman lo que habitualmente describimos como carácter nacional. A pesar de la complejidad de sus respectivas estructuras sociales, los españoles, alemanes, franceses, japoneses e ingleses difieren significativamente, diferencias que son importantes, sobre todo para el propagandista, a la hora de comprender sus reacciones. Muchos son los libros que se han escrito sobre el tema, entre ellos el de Benedict sobre los japoneses y el de Gorer sobre los rusos y los americanos. No hay ni que decir que estas diferencias no tienen nada que ver con los factores físicos raciales y hereditarios; por el contrario, son actitudes aprendidas desde la infancia, pero basadas fundamentalmente en las normas de educación de los niños, que a su vez se relacionan presumiblemente con la situación geográfica, la historia y las tradiciones del pueblo. Forman el esquema general que utilizan la familia y los grupos sociales a la hora de moldear inconscientemente el carácter individual, es decir, sus actitudes.

> Los sistemas de enseñanza infantiles [escribe E. H. Erikson] son intentos inconscientes de crear, a partir de material humano en bruto, esa configuración de actitudes que es (o que fue) la óptima en las particulares condiciones naturales de la tribu y para sus necesidades histórico-económicas.

Inmediatamente después del nacimiento, la criatura humana está tan dominada por sus momentáneas necesidades físicas de alimento, sueño, descarga de heces y orina, calor, etc., que al principio no presta atención a la gente que le rodea, ni siquiera a su madre que lo alimenta. No es una «persona» en ningún sentido significativo del término, pues la personalidad surge tras la interacción con otros seres humanos. Por otra parte, como puede comprobar cualquiera que haya tenido contactos abundantes con recién nacidos, entre ellos hay considerables diferencias de temperamento: unos son activos y alegres, otros quejumbrosos y otros flemáticos; estas diferencias, junto con un cierto grado de inteligencia que se puede desarrollar u obstruir mediante la instrucción, son innatas y probablemente resultado de la herencia, que actúa a través del sistema nervioso, el sistema de endocrino e incluso la constitución física en general, pues, como han demostrado Sheldon y otros, es evidente que la constitución física y el temperamento están

estrechamente unidos. La gente rechoncha y baja suele ser propensa a los cambios de humor y extrovertida, la gente alta y delgada suele ser relativamente reservada e introvertida.

Es de suponer que el temperamento ejerce cierta influencia sobre las actitudes posteriores (por ejemplo, es difícil imaginar que un introvertido sea tan susceptible a un estímulo multitudinario como un extrovertido), pero de esto sabemos muy poco. También son innatos ciertos impulsos que se originan en el cuerpo y que antes se conocían por instintos, algunos de los cuales están mencionados arriba, aunque ya no se estilan las clasificaciones de los instintos humanos, pues cualquier impulso innato que tengamos se ve modificado tan rápidamente por el medio social que lo único que podemos hacer es deducir su existencia de un análisis del comportamiento. Así, el impulso, sin duda alguna innato, del hambre está producido por la acción de ciertos mecanismos cerebrales que provocan contracciones del estómago, siendo este el estímulo interno que busca obtener alimento. Pero el impulso innato no funciona por su cuenta; desde la edad más temprana lo que existe no es un ansia general de comida, sino de un tipo especial de comida: hay que satisfacer, pues, un impulso inducido por actitudes aprendidas por experiencia, y el fin sólo se consigue plenamente cuando se satisface tanto al impulso innato como la actitud adquirida. Las actitudes surgen entre un impulso y su fin; una vez iniciado el desarrollo de la personalidad, pocos son los impulsos que surgen sin estar acompañados de actitudes que, a su vez, tienen su propio valor como impulsos. El psicoanálisis se ocupa en gran medida de la forma en que los impulsos sexuales (término que incluye tanto la búsqueda de alimento y su eliminación como aquellas actitudes más abiertamente sexuales hacia uno mismo y hacia los demás) o agresivos se modifican en el proceso de relacionar el yo con el medio social, especialmente con la familia. La familia, que hace las veces de alfarero sobre una masa de arcilla más o menos amorfa —el recién nacido— que puede ser dura o blanda y fácil o difícil de moldear, según las cualidades inherentes que hacen que sea material bueno o un material pobre, cumple la función de tratar de moldearlo hasta hacer algo más o menos parecido al tipo de individuo que la sociedad y sus subculturas, con las que luego se tendrá que identificar el niño, aprueban. Es este el proceso que hemos descrito como influencia sociocultural *mediatizada,* y la complejidad del proceso es tal, que muchas actitudes, distintas de los valores formales de la sociedad, llegan a quedar incorporadas a lo que puede describirse como el yo «real» o *personalidad nuclear,* que depende de las diferencias de temperamento heredadas, de las actitudes

individuales de los padres y de si el niño se resiste o coopera con los esfuerzos para instruirle. Debido a la Ley de la Prioridad, este estrato de la personalidad consiste en actitudes que son muy resistentes al cambio y que sin embargo, tienen efectos importantes en las relaciones posteriores del individuo con la sociedad y con sus creencias generalmente aceptadas. Por esta razón, merecen especial atención sus orígenes y su significado.

El trabajo de Melanie Klein con los niños* parece demostrar que, a partir de una edad muy temprana, surgen dos emociones de máxima relevancia para nuestras respuestas posteriores a los estímulos sociales y que persisten a lo largo de la vida. Son la ansiedad y la culpa, con las que juegan constantemente los propagandistas. Como todo ser viviente, el infante está expuesto a peligros externos; pero en los primeros meses de vida, cuando no se hace la distinción entre el ego de la criatura y el mundo que le rodea, los sentimientos suscitados por los objetos externos en vez de ser considerados como sentimientos personales dentro de su propia mente, son atribuidos a los mismos objetos. Lo que le proporciona placer es un objeto bueno, lo que produce dolor, un objeto malo, y de esta forma el mundo llega a estar poblado de objetos buenos y malos de los cuales el niño espera un comportamiento acorde con las cualidades que él les ha atribuido. La forma en que se enfrenta a ellos, aunque a nivel inconsciente, influye en gran medida sobre las posteriores actitudes sociales e incluso políticas del individuo. Como el niño nace con ciertas necesidades físicas y biológicas y no tiene noción del tiempo ni garantía inicial de que sus necesidades vayan a ser satisfechas, desea satisfacerlas al momento. El no póder hacerlo provoca el llanto y una gran ansiedad, lo cual es casi inevitable, pues gran parte de su primera educación está dedicada a enseñarle a aceptar limitaciones. Pero toda la ansiedad resultante de esas privaciones temporales lleva, por medio de la frustración, al resentimiento y a la ira, que, según Klein, se dirigen en principio al pecho como objeto inmediatamente frustrante, pues el infante aún no sabe nada de su madre como persona. Cuando todo marcha bien, el pecho es un objeto bueno, pero cuando se produce inevitablemente la frustración, el pecho se convierte en un objeto malo y la agresión del niño se proyecta sobre él, teniendo la sensación

* Esta obra, aunque interesante y generalmente aceptada, no es esencial para la tesis de que la estructura básica de la personalidad se forma en los primeros cinco o seis años de vida, lo que es indudablemente cierto. Se menciona aquí como testimonio de cómo *pueden* surgir algunas actitudes incluso antes de lo que antiguamente se creía.

de que la vejación viene de fuera. Esta fase es conocida con el nombre de «posición persecutoria», pero en un momento posterior del desarrollo el infante se da cuenta de que los objetos buenos y malos de los primeros meses son aspectos diferentes, no ya meramente de un pecho satisfactorio o frustrante, sino de la misma persona de la madre, su madre. Por ocurrir esto en un momento en el que la realidad y la fantasía no están todavía diferenciadas y en el que los deseos agresivos pasan por ser mágicamente destructivos, el niño llega a creer que está en peligro de destruir, o que ya ha destruido, a la persona que más necesita y a la que en verdad está comenzando a querer como a aquélla sin la cual sus necesidades biológicas no pueden ser satisfechas. Esta fase, que conduce a sentimientos de ansiedad y de culpa, se describe como la «posición depresiva»; tras su período en el que el niño alterna ambas fases, se llega a una fase final de compromiso o de solución del problema, cuando la presencia continua de la madre deja finalmente en el claro que las fantasías agresivas son menos peligrosas y potentes que lo que en un principio se temía. A pesar de todo, y con muchas formas intermedias, los vestigios de estas fases persistirán a lo largo de la vida en forma de sentimientos profundamente enraizados de culpa y ansiedad irracional sentidos por todo el mundo, sean cuales sean los objetos a los que posteriormente se pueden fijar: el tipo predominantemente persecutorio proyecta su culpa y su ansiedad al mundo exterior, el predominantemente depresivo tiende a reprocharse a sí mismo. Siguiendo la terminología psicológica, el tipo persecutorio es extrapunitivo, el depresivo es intrapunitivo. Como en el sentimiento de culpa del individuo se incorporan elementos de ambas posiciones, Money-Kyrle, un destacado seguidor de Klein, ha sugerido que existen dos tipos extremos de conciencia o superego, aunque obviamente exista todo un abanico entre ambos: en un extremo está el tipo persecutorio que trata de culpar a los demás de sus frustraciones y cuya conciencia está en gran parte fundada en el miedo al castigo, y en el otro está el depresivo, que tiende a hacerse responsable de todos y cuya conciencia se basa predominantemente en el miedo a herir o defraudar al objeto querido. El primero responderá al sentimiento de culpa con propiciación; el segundo, con intentos de reparación. La primera personalidad tenderá al autoritarismo, la segunda al humanitarismo.

Durante los primeros cinco o seis años de vida, el niño empieza a aprender activamente mediante lo que los conductistas llaman «condicionamiento», por tanteo y mediante la adquisición de los hábitos enseñados por los padres. Estos hábitos se establecen a través de premios y castigos, indulgencias y privaciones. Como

señaló Freud, se aprenden en tres fases, la primera de las cuales es la oral, descrita con más detalle por Melanie Klein, cuando la boca es el centro principal de satisfacción sexual y de formación del carácter. En ese momento, además de las actitudes ya mencionadas, el niño hace un descubrimiento de la máxima importancia: descubre su necesidad de ser amado, protegido y cuidado, lo cual, aunque esta fase se basa fundamentalmente en el amor por uno mismo, se convierte con el transcurso del tiempo en el fundamento que sostiene todas las motivaciones e imperativos culturales posteriores. Es esta necesidad de amor y de protección lo que en el adulto se convierte no sólo en la base del amor entre dos personas, sino en la necesidad de contar con la aprobación de la sociedad y en el deseo de *status* dentro de la misma, o bien en el deseo de poseer las características que gozan de la admiración de una determinada comunidad, lo cual también figura entre los temas a los que frecuentemente apela el propagandista. En una sociedad competitiva, el hombre que quiere mejorar su posición social, alcanzar un nivel más alto que el de su vecino, obtener poder, poseer un automóvil más grande y más caro, está actuando de una forma que se basa en su necesidad infantil de amor y en su deseo de ser un niño bueno, merecedor de la aprobación de mamá. La aprobación de la madre es ahora la aprobación del grupo social, pero el motivo fundamental es el mismo. En una sociedad que admirase la conquista, se convertiría, o trataría de convertirse, en un gran guerrero; en una sociedad capitalista, su éxito se mide en riquezas; y en una sociedad de corte tradicional o en una sociedad basada en las castas, actuaría siempre según la tradición.

En la fase siguiente, cuando el niño tiene que aprender a controlar sus heces y su orina, fase que Freud describe como anal, el niño aprende otras lecciones: por primera vez puede controlar eficazmente a otra gente, mostrando o conteniendo sus emociones. Las heces son el producto y posesión conscientes del niño y, según Freud, se asocian posteriormente en la vida con el dinero o la propiedad y, por consiguiente, con las actitudes de generosidad o de mezquindad. (De ahí la abundancia de frases que combinan la riqueza con la suciedad y, en el fondo, con l..s heces: «cochino dinero», «pringado de dinero» y así sucesivamente.) También aprende la importancia del tiempo, de la regularidad y de la limpieza, aunque puede ocurrir que, intencionadamente o no, no llegue a aprender esas cosas. La fase anal, cuando está asociada a un control excesivamente estricto por parte de los padres, llega a vincularse con tendencias sádicas, y la observación sugiere que las naciones que están obsesionadas con el orden, la limpieza

y la obediencia tienen a menudo una sobrecarga de sadismo como consecuencia de estas frustraciones. Por último, aproximadamente a la edad de cinco años, el niño cobra conciencia de la existencia de otros miembros de la familia como individuos por derecho propio; dejando atrás la absorción egocéntrica de la madre por parte de ambos sexos, el amor más adulto del niño por aquélla, le hace que sienta celos de su rival, el padre (a quien probablemente también admira y quiere), mientras que el amor de la niña por su padre la lleva a sentir celos de su madre. Es lo que se denomina respectivamente complejos de Edipo y Electra, y en una fase posterior llevan a la formación del super-ego, cuando el niño, en vez de que sus padres le digan constantemente lo que tiene que hacer, introyecta (hace suyos) los esquemas de sus padres, formando así el super-ego o conciencia primitiva, que actúa como un padre interiorizado que controla el comportamiento en sus aspectos más fundamentales. A pesar de todo, es probable que cuando se alcanza la edad adulta gran parte de nuestro comportamiento esté determinado por la observación y la imitación de otra gente. Se ha descrito el super-ego como un «giroscopio psíquico», pero muchas de nuestras acciones están «dirigidas a otros» [*other-directed*], para emplear el término que utiliza Riesman en *The Lonely Crowd,* quien además sugiere que la conducta en la moderna sociedad de masas está cada vez más determinada por las expectativas de los demás.

A continuación de la fase edípica, el niño aprende de su padre los rasgos masculinos aprobados por la sociedad y, la niña aprende los rasgos femeninos de su madre; por eso las familias en las que el padre a muerto o está ausente, o en las que la madre es el elemento más fuerte de la pareja son propensas a que el hijo muestre tendencias homosexuales. El fundador de otra escuela, Alfred Adler, demostró cómo un sentimiento de inferioridad durante la infancia —quizás en relación con los hermanos o hermanas—, una tara física real u otras incapacidades reales o imaginarias, desembocan frecuentemente en una necesidad de compensación, y aunque un freudiano no aceptaría totalmente la explicación que da Adler de esta tendencia, es ciertamente sorprendente que muchos dictadores ávidos de poder hayan sido hombres pequeños (Napoleón, Mussolini, Hitler, Stalin) o han pertenecido a lo que la sociedad que luego regirían consideraba grupos sociales inferiores. (De estos hombres, sólo Mussolini era nativo del país que luego controló, Napoleón era corso, Stalin georgiano y Hitler austriaco.) Es también en esta fase cuando surgen las actitudes persistentes con respecto a la autoridad, que confirman anteriores actitudes de libre y abierta expresión de sentimientos a la autoridad, o,

por el contrario, la tendencia a someterse o respetar el poder y suprimir la crítica. Las actitudes que operan y que conducen a los resultados apetecidos en estos primeros años se hacen luego habituales en el adulto: amistad u hostilidad, precaución o impetuosidad, carácter reflexivo o naturaleza exigente, sociabilidad o soledad, actitud positiva hacia la salud o hipocondría e incluso tendencias delictivas («Muy bien, si no me dais amor y atención por ser bueno, por lo menos mi maldad os obligará a hacerme caso»). El individuo selecciona y mantiene estas actitudes porque le parece que en otro tiempo de niño, surtieron efecto. Básicamente, dice el doctor Franz Alexandre, «el que una persona sea tímida o abierta, precavida o audaz, segura de sí y optimista o insegura y pesimista, agresiva o sumisa, dependiente o independiente, generosa o egoísta, ordenada o descuidada —todas aquellas facetas de la personalidad que hacen de una persona un individuo bien definido, distinto a los demás— depende de la influencia de su entorno personal más íntimo (esto es, las primeras relaciones con sus progenitores) sobre un substrato hereditario». En otras palabras, la personalidad nuclear no sólo está profundamente enraizada, sino que, además, como todo aprendizaje temprano, es altamente resistente al cambio, en parte por su prioridad en el tiempo y porque dentro de sus límites funciona y el individuo no conoce ninguna forma más segura de adaptación, y en parte también porque es monolítica y no puede alterarse fragmentadamente. Estas actitudes son utilizadas y manipuladas por el propagandista, pero es improbable que pueda alterarlas.

Tras los años de infancia, el niño entra progresivamente en contacto con la sociedad fuera de su casa; es instruido mediante un proceso de *influencia sociocultural directa*. Pero la sociedad no es una masa homogénea, se compone de grupos de gente que van desde los grandes agregados organizados de una forma más o menos deliberada y con metas específicas, denominados «grupos secundarios», y que incluyen a las organizaciones religiosas y políticas, asociaciones profesionales, sindicatos, servicios, etcétera, hasta los pequeños «grupos primarios» constituidos de una manera informal por una docena de miembros o menos, cuyo único fin puede ser el disfrutar de la mutua compañía. Se puede decir que la sociedad está basada casi exclusivamente en estos grupos primarios (que incluyen al grupo familiar), en cuanto unidades fundamentales, y no en una muchedumbre de individuos sin relación entre sí, como se ha creído alguna vez. Elton Mayo, el psicólogo industrial australiano que trabajó en Estados Unidos, criticó esta opinión y demostró que la vida social en la fábrica está basada en el

grupo primario informal, con el cual tiene que tratar la dirección en vez de con individuos desorganizados. Escribía:

> En cada sección los trabajadores se han constituido —intencionadamente o no— en grupo, con sus correspondientes costumbres, obligaciones, rutinas y hasta ritos; y la dirección tiene éxito (o fracasa) en la medida en que es aceptada sin reservas como creadora y guía.

Estos grupos están, por supuesto, relacionados con otras actividades distintas a la del trabajo: por ejemplo, el grupo de ancianos que se sientan en el mismo banco en el parque, los grupos que beben y juegan a los dardos en la taberna local, las reuniones de mujeres cuando hacen la compra, los grupos de amigos en la escuela, el grupo de vecinos, y así sucesivamente. En el seno de estos grupos, el individuo, además del *status* formal que le otorga su posición en la sociedad, tiene un *status* informal que le proporciona muchas de sus satisfacciones sociales, y pronto aprende (bastante al margen de las leyes de la sociedad formal) qué es lo que se hace y lo que no se hace en ese grupo del que es miembro. La mayor parte de la gente es miembro de varios de esos grupos, teniendo un *status* diferente en cada uno; en algunos casos estarán físicamente en un grupo pero no del todo, porque toman sus normas de otro grupo, que se conoce por grupo de referencia y que es el que sirve de orientación para estas cuestiones. Por ejemplo, un hombre puede ser miembro de su grupo de trabajo en una firma de ingeniería y es natural que acepte algunas de las normas informales relativas a la cantidad de trabajo que deba hacerse, según decisión informal del grupo, y a otros asuntos que serán discutidos en otra parte; no iría al trabajo con sombrero hongo y paraguas, aunque hubiese excelentes vestuarios para cambiarse en la fábrica, porque sería lo mismo que si el director gerente acudiese al trabajo en un coche viejo y desvencijado y con una gorrilla de tela. Entre sus compañeros puede ser un trabajador diligente y bien preparado, sin que aquéllos le tengan en demasiada consideración (quizás por eso mismo). Además, puede que pase muchas de sus tardes estudiando en una pequeña clase de la escuela de formación técnica local, donde es probable que, gracias a sus conocimientos superiores, goce de una consideración más elevada, mientras que otras tardes, en la taberna, adopte un papel bastante diferente como animador y gracioso de un equipo de dardos, seguramente para compensar su escasa habilidad en el juego. Cada uno de estos grupos le proporciona algunas de sus actitudes y roles y diversos aspectos de su *status* en sentido informal. Pero para el hombre en sí

su principal grupo de referencia puede que sea el grupo de vecinos del barrio en que habita, el cual puede gozar de la reputación de ser una de las zonas de la ciudad con un nivel social relativamente más elevado, y en el cual tanto él como sus vecinos se pueden considerar miembros de la clase media, o al menos, aspirar a serlo. Su familia quiere «prosperar», aunque probablemente en el trabajo no muestre esta faceta. Otro grupo de referencia puede ser la iglesia a la que asiste como miembro de la Iglesia de Inglaterra, mientras que sus compañeros de trabajo podrían ser metodistas o baptistas, especialmente si viven en el norte de Inglaterra, en las Midlands o en Gales. Todos estos grupos, y en especial sus grupos de referencia, configuran algunas de las actitudes que este hombre tiene, y son también los que ejercen más presiones sobre él para conformarlo a las reglas de la sociedad, en la medida en que esté dispuesto a hacerlo.

La sociedad tiene a su disposición las sanciones, más formalistas y toscas, de la ley, pero el motivo principal (aparte de su super-ego) de que el individuo observe una conducta y se adapte más o menos a las normas sociales es la presión social que sobre él ejercen los grupos informales a los que pertenece; por ejemplo, su grupo de trabajo no sólo ejerce determinadas presiones informales con respecto a prácticas restrictivas y de otro tipo, sino que también desaprobaría enérgicamente el que cometiese adulterio o se dedicara a robar (tal y como se interpreta el robo en ese grupo, lo que excluye cierta dosis de «remoloneo» o, en el caso del grupo directivo, declarar más gastos de los permitidos). Pero las agrupaciones primarias hacen esto tan sólo incidentalmente, pues en esencia se preocupan de los valores relacionados con su propia situación, y la sociedad y los grupos secundarios mayores reciben su lealtad tan sólo en la medida en que sus intereses coinciden con aquellos más próximos al hogar. C. A. Mace expresó este principio de forma muy clara en un artículo sobre las «Satisfacciones en el trabajo» *(Occupational Psychology,* enero 1948*)*:

Consideremos el caso de un minero que vive en un determinado pueblo y que trabaja en un pozo concreto. En ese momento está sometido, entre otras, a las siguientes formas de presión social: 1) la presión de lo que Inglaterra espera de él en la actual crisis de producción, esperanzas que se expresan, por ejemplo, en los principales artículos de la prensa diaria; 2) la presión del Consejo Nacional del Carbón, del Gobierno y de su Sindicato; 3) la presión más local de las expectativas del personal supervisor de su galería; y 4) las todavía más próximas expectativas de su mujer, de su familia y de sus compañeros inmediatos en su vida laboral cotidiana. Está claro que las presiones locales son mucho más potentes que las ejercidas a distancia. *Casi se podría decir que el poder de una expectativa en un lugar cualquiera varía inversamente con el cuadrado de la distancia*

*social entre ese lugar y el punto de emisión. Las presiones locales, por consiguiente, pueden actuar de barrera aisladora frente a presiones de origen más remoto. Esto explica en parte la relativa ineficacia de la propaganda a larga distancia.** Por eso sólo pueden predecir la respuesta del minero aquellos que están convenientemente situados para ver cuáles son las fuerzas más locales.

Cualquiera que haya visitado un pueblo minero o que haya leído *Hombres en las minas* de Zweig o *Weekend in Dinlock* de Sigal, comprenderá la exactitud esencial de este juicio, no sólo aplicable a los mineros, sino también a otros grupos laborales como los trabajadores de los astilleros o los de las fábricas de automóviles, así como otras formaciones no industriales. Algunos organismos religiosos aíslan a sus miembros de las presiones exteriores, por fuertes que éstas sean, en grado extraordinario: por ejemplo, los Doujobors de América y Canadá y el grupo comúnmente conocido por «Plymouth Brethren» [Hermandad de Plymouth] en Inglaterra.** Es evidente que el propagandista o el anunciante perdería el tiempo si pretendiera cambiar por los métodos ordinarios las firmes actitudes de estos grupos, de manera que los miembros del primero se alistasen en el ejército y los del segundo compraran bebidas alcohólicas.

Ya hemos visto los orígenes de la relativamente rígida y estable personalidad nuclear: las actitudes surgidas durante la infancia, que se puede decir que constituyen el yo «real». Pero salta a la vista que el comportamiento de la gente es muy variable en muchos aspectos y estas variaciones surgen de la situación social del individuo y de los grupos de referencia y de otros de los que es miembro, de los cuales obtiene ese otro conjunto de actitudes que se describe colectivamente con el nombre de personalidad periférica. Es aquí donde existe la posibilidad de inducir cambios mediante la propaganda, la publicidad, la educación o como queramos llamarlo. Muchas de las actitudes que generalmente se consideran parte indiscutible de la organización personal del individuo

---

* El subrayado es del autor. Más adelante demostraremos la importancia de estos comentarios para valorar la influencia de los medios de comunicación de masas.

** *Doujobors* o *Dusobors*, del ruso *dusoborsti;* literalmente «luchadores del espíritu» (pues se opusieron a la doctrina del Espíritu Santo). Secta religiosa rusa separada de la Iglesia Ortodoxa en 1785; muchos de sus miembros emigraron a Canadá para eludir el servicio militar, que consideran inmoral.

Plymouth Brethren: pequeña secta cristiana fundada en 1830 en Plymouth, Inglaterra; no tiene un credo definido y carece de organización; se guía por la Biblia. [*N. del T.*].

sólo nos parecen permanentes porque siempre lo observamos en las mismas situaciones, en las que dichas actitudes forman parte del rol social que está desempeñando en un grupo determinado. La persona lo hará normalmente de un modo bastante inconsciente. Así, un trabajador podrá ser holgazán y lento en una empresa en la que se sienta víctima, pero laborioso y entusiasta en otra que le guste; una muchacha que se siente tímida en un baile puede mostrarse atrevida en su propia casa o entre gente que conoce bien; un soldado italiano, que no se distinguió por sus méritos militares en un ejército cuyos objetivos le traían sin cuidado, pudo luchar (y a menudo lo hizo) como un valiente partisano. Experimentos recientes han demostrado que los niños que están dispuestos a copiar en un examen pueden ser completamente honestos en sus casas y en otros lugares, pues en muchos colegios, el copiar —nefando pecado para los maestros— no está mal visto entre los alumnos, así como el «remoloneo» en el trabajo no implica necesariamente que el obrero sea deshonesto en otras actividades. Un doctor que se muestra dubitativo y reservado en sociedad adquiere a menudo absoluta confianza en sí mismo cuando se enfunda en su bata blanca. Lo cierto es que rasgos como la valentía, la honradez, la timidez y muchos otros, que consideramos «parte integrante» del individuo, no son ni mucho menos rasgos unitarios, sino un aspecto de su rol en una determinada situación de grupo. En otros, por supuesto, pueden ser rasgos nucleares, pero es mucho menos frecuente, y la mayoría de los psiquíatras que han pasado por la guerra han observado cómo la valentía de un soldado depende de la moral de su grupo y de la tarea que se le asigne. Un hombre condecorado por su bravura en el campo de batalla podrá perder totalmente el control de sí mismo si se le ordenara sumergirse en un submarino o incluso si se quedara atrapado entre dos pisos en el ascensor. La personalidad periférica o social es, por tanto, el área en la que se pueden producir cambios, siempre y cuando no sean totalmente incompatibles con la personalidad nuclear.

Por último, ya indicamos que las actitudes pueden surgir de experiencias aisladas o repetidas a lo largo de la vida. La predisposición contra los negros puede surgir de un intento de violación, y el miedo de conducir un automóvil de un simple accidente de carretera. La mayoría de la gente se negaría a volver a comprar un determinado producto comercial si al adquirirlo por primera vez resultara inútil, peligroso o desagradable. Si a una rata se le aplica una corriente eléctrica cada vez que acude al comedero por un determinado camino, pronto aprenderá a evitar ese camino y a ir por otro, igual que el individuo solitario dejará de asistir

a la iglesia a la que acudió buscando amistad y compañía si se siente ignorado por la mayoría de los miembros de la congregación. Las actitudes o impulsos que son provocados por un determinado estímulo y que conducen al castigo o al fracaso en vez de a la meta prometida se traducen rápidamente en un cambio de actitud o en una acción alternativa hacia la misma meta (a no ser, como sucede algunas veces, que la meta resulte ser un castigo).

Estos reflejos condicionados son fundamentales para la psicología conductista de Pavlov, y la teoría se aplica en el tratamiento de las neurosis mediante lo que se ha dado en llamar «terapia de la conducta». Por ejemplo, un alcohólico tratado con disulfiram, en lugar de obtener placer y sosiego con la bebida, se siente extremadamente enfermo; la idea es que esta desagradable asociación le cure en última instancia de su hábito. Por el contrario, al recompensar una acción se refuerza el hábito y éste tiende a perpetuarse. Como más adelante tendremos ocasión de hablar de la obra de Pavlov, sólo me resta decir ahora que no estimo que exista un antagonismo entre la obra de Pavlov y la de Freud en ningún punto esencial, pero que, teniendo en cuenta su grado de desarrollo, la primera es un instrumento demasiado tosco para explicar todas las manifestaciones de la conducta. Puede parecer lógico, según su punto de vista, que una mujer adopte una actitud contraria a los negros tras ser víctima de un intento de seducción por parte de un negro; pero ¿odiaría a todos los hombres blancos si el individuo en cuestión hubiese sido blanco? Lo normal es que no los odiase, pero en caso contrario nos gustaría seguramente saber el porqué, igual que en el caso del hombre negro; ¿qué actitudes más profundas de la personalidad nuclear existían de antemano para producir ese resultado? Es sabido que la obstaculización del desarrollo sexual en los niños pequeños, incluso cuando se produce de forma absolutamente drástica, sólo da lugar más tarde a resultados nocivos cuando el niño ya está desequilibrado de por sí, mientras que en los niños normales los efectos son insignificantes. Las experiencias repetidas que desembocan en un castigo o en la no consecución del fin que se persigue no siempre conducen a un cambio de actitudes, y muchos alcohólicos recaen a pesar del tratamiento con disulfiram.

No es arriesgado afirmar que las experiencias aisladas o incluso repetidas en la vida adulta no necesariamente hacen surgir nuevas actitudes permanentes que estén en conflicto con otras más antiguas y enraizadas, a no ser que sean reforzadas constantemente, y que cuando surgen actitudes permanentes (como en el caso de la mujer que ha sufrido una agresión sexual) es porque, de hecho,

encajan perfectamente con los rasgos ya existentes. Lo anterior es especialmente cierto en el terreno de la religión, donde, en muchos casos, el verdadero creyente es absolutamente impermeable a la más objetiva exposición de la falsedad de un medium o de un curandero en el cual había depositado en un principio su confianza. La voluntad de creer es más potente que cualquier simple experiencia y la emoción es más fuerte que la razón en la mayor parte de la gente. Algunas conversiones religiosas parecen provocadas por un incidente aislado, dando la impresión de que se ha producido un cambio repentino de personalidad, el «hombre nuevo» en Dios. Pero, de hecho —y eso lo demuestran muchos ejemplos—, la conversión suele ir precedida de un largo período de lucha mental, y la aparente intervención desde el exterior resulta en realidad de la erupción, desde la personalidad nuclear, de material inconsciente que había estado en una situación de conflicto mental con las actitudes conscientes y que termina así por integrarse, produciendo un sentimiento de gran consuelo y la sensación de haber «cambiado». Como señala Jung:

> San Pablo había sido ya cristiano durante largo tiempo; de ahí su fanática resistencia a los cristianos, pues el fanatismo se da principalmente en individuos que están compensando dudas secretas. El incidente de escuchar la voz de Cristo cuando iba camino de Damasco señala el momento en que se hizo consciente el complejo inconsciente de cristianismo... El complejo, siendo inconsciente, fue proyectado por San Pablo al mundo exterior, como si no le perteneciese.

San Pablo, al hacerse cristiano, no se convirtió en una persona distinta: encontró una serie de creencias nuevas que satisfacían más a su inconsciente que las viejas; por esa razón, las nuevas actitudes eran propensas a ser más estables. Algo parecido ocurre con muchos ateos, que, educados en hogares opresivamente religiosos, encuentran alivio en ese tipo de cambio: del temor y la creencia en un impotente Dios vengativo a la convicción (a la que ha llegado a través de la lectura, el estudio y la influencia de otros) de que no existe Dios. Sin embargo, el contacto con muchas de estas personas llevará a la conclusión de que apenas ha habido cambios reales en la personalidad como tal y que las mismas actitudes han sido simplemente fijadas en otras metas. Esta clase de ateos propugnan sus nuevas creencias con la misma intolerancia, estrechez mental y obsesión que se manifestaban en su anterior condición; antes adoraban a un Dios vengativo, ahora veneran al «sin Dios», eso es todo. Los miembros de partidos políticos totalitarios, si son fervientes en sus creencias, pueden convertirse a una religión totalitaria, los comunistas pueden hacerse

fascistas, pero los totalitarios convencidos no se convierten en cuáqueros ni en liberales.

Como veremos en breve, es útil distinguir entre las opiniones, las actitudes propiamente dichas y los rasgos del carácter. Las opiniones suelen ser efímeras y reflejan el sentimiento público del momento; en muchos casos, reflejan más lo que el individuo piensa que debería sentir que lo que de hecho siente. Se cambian con facilidad y pueden ser susceptibles tanto a la propaganda como a una argumentación razonada. Las actitudes, por otra parte, suelen ser duraderas y no reflejar necesariamente los sentimientos del público en general, aunque sí suelen reflejar los de algún grupo al que el individuo se haya asociado. Normalmente están enraizadas en los rasgos del carácter, que son los que hacen que el individuo seleccione, de entre el torrente de estímulos que acuden constantemente a sus sentidos, sólo aquellos que están en consonancia con sus propias creencias profundamente arraigadas. Estos cambios, aunque capaces de producir modificaciones bastante reales en un sentido social, son a menudo más aparentes que profundos. Así, el cambio del comunismo al fascismo, o en el terreno de la religión, al catolicismo, es bastante real (socialmente hablando) en cuanto que estos organismos proclamen doctrinas muy diferentes que resultan en un comportamiento enteramente dispar, pero emocionalmente, y desde el punto de vista del carácter, están todos en el mismo nivel de la escala autoritario-democrática ya que comportan las mismas actitudes con respecto a la autoridad. Saulo, el perseguidor de cristianos, es manifiestamente la misma persona que San Pablo, el cristiano, porque, aunque sus fines han cambiado, tanto su enfoque de los problemas como los rasgos de su carácter son los mismos, sólo que encaminados a otros fines. Cuanto más haya cambiado (y, por supuesto, desde el punto de vista histórico y social el cambio fue inmenso por sus implicaciones), más sigue siendo la misma persona*.

Los rasgos del carácter, que surgen en los primeros años de la vida, son extraordinariamente resistentes al cambio, por las razones que ya hemos mencionado; son totalmente impermeables a la propaganda y en todo caso se pueden alterar mediante técnicas especiales. Pero aun formando parte de la personalidad nuclear

---

* Como ha indicado C. A. R. Crosland, la eficacia de todos los tipos de propaganda está en proporción inversa a la importancia del tema; por eso es muy poco eficaz para cambiar las actitudes morales y sociales, sólo moderadamente eficaz para influir en el gusto, y relativamente eficaz en el mercado de los bienes de consumo.

y siendo, como son, rígidos, permiten a pesar de todo grandes fluctuaciones en el comportamiento manifiesto del individuo, debido a su personalidad periférica y actitudes; por ejemplo, la conducta dominante frente a un subordinado y la conducta sumisa ante los superiores no son actitudes contradictorias sino complementarias, que proceden del mismo rasgo de respeto a la autoridad; la timidez y la seguridad en uno mismo no son contradictorias si tenemos en cuenta que el individuo en cuestión está obsesionado con la necesidad de impresionar a los demás, mostrándose confiado en aquellas situaciones en las que tiene un poder o un conocimiento especial y tímido en aquellas otras en las que no lo tiene. Incluso influencias tan drásticas como los cambios deteriorantes del cerebro que se producen en la senectud o los efectos de la ingestión de grandes cantidades de alcohol sólo sirven para acentuar, que no destruir, los rasgos del carácter, haciendo que salgan a la superficie aquellos (como la avaricia, la agresividad o la desconfianza paranoica) que durante años estuvieron mejor o peor disimulados. Del tipo persecutorio o autoritario hablaremos en el próximo capítulo, pero podemos resumir ahora diciendo que sus rasgos son el resultado de la incapacidad, durante la infancia, de vivir con sus propios impulsos. Se trata del niño al que se ha castigado, al que se le ha hecho sentirse culpable cada vez que hacía una trastada o se tocaba sus órganos sexuales, cada vez que tenía una rabieta o desobedecía a sus padres. Un niño que piensa que todos sus impulsos naturales son malos y que siente que se le desaprueba cuando les da rienda suelta, lo más probable es que crezca odiándose a sí mismo y proyectando su intolerable sentimiento sobre otras personas o circunstancias. Cada vez que ve que otro ignora lo que él considera el verdadero código moral, desea castigarle de la misma forma en que él fue castigado. Como ha tenido que combatir sus propios malos impulsos, no puede mostrarse permisivo y tolerante con los demás. Es una personalidad llena de prejuicios, una personalidad autoritaria; es el moralista, el defensor de la moral convencional; tiene tal necesidad de definición que suele ver cualquier conflicto en términos de blanco o negro, y se siente atraído por el institucionalismo. Por eso, el totalitarismo, ya sea religioso o político, le atrae, pues no deja lugar ni para dudas ni para problemas, sino que proporciona certidumbre. Aunque aparentemente sumiso, el autoritario es fuertemente ambivalente con respecto a sus padres y a las imágenes del padre, mientras que el humanista, que ha sido educado sin el miedo a sus impulsos fundamentales, expresa abiertamente cualquier hostilidad que pueda sentir y no le preocupa la incertidumbre. Es más reflexible mentalmente y rara vez piensa «que sólo hay

una forma correcta de hacer las cosas»; para él existen diversas tonalidades de gris entre el blanco y el negro.

Uno de los hallazgos más importantes de la investigación psicológica en este campo en el hecho de que el prejuicio en un individuo no suele ser meramente una actitud específica hacia un grupo concreto; es más probable que se trate de un reflejo de toda su manera de pensar sobre el mundo en el que vive. De forma similar, el humanitarismo de una persona no se limita a determinados campos, sino que es, por así decirlo, un modo de vida. Hemos visto que estos son los casos extremos en una curva normal de distribución, y la investigación experimental parece demostrar que aproximadamente la mitad de las actitudes de prejuicio se basan principalmente en la necesidad de irse a la costumbre, de conservar el modelo tradicional. Esta mitad, en otras palabras, está principalmente influida por las actitudes de grupo existentes, no por los esquemas aprendidos en la infancia.

3. El cambio de actitudes

Desde el punto de vista del psicólogo experimental, se han determinado cuatro niveles de actitudes que varían en profundidad y, por tanto, en capacidad de ser modificados. En el nivel más elemental están las meras declaraciones de opinión, hechas en ocasiones aisladas o relativamente raras que pueden o no reflejar los verdaderos sentimientos del individuo con respecto a una cuestión determinada o que, en el mejor de los casos, reflejan un interés puramente pasajero, como cuando alabamos la marca de jerez de nuestra anfitriona en una de nuestras infrecuentes visitas. Es posible que después, a lo largo de un período más o menos largo, repitamos la misma declaración en todas o en casi todas las ocasiones en que consideramos que puede ser pertinente; así cuando alabamos la misma marca de jerez en todos los cócteles a los que nos invitan o cuando sistemáticamente pedimos a nuestro estanquero «Player's (por favor)», o al tendero cerveza Guinness, porque nos hemos convencido de sus propiedades saludables. En ambos casos se trata de opiniones y, como tales, constituyen la mercancía con la que comercian los publicitarios; y aunque hay poca gente que se sentiría profundamente molesta por ver temporalmente frustrados estos deseos y tener que aceptar otra marca como substitutivos, la tendencia moderna es de intentar ligar las preferencias del individuo por una marca

en particular a motivaciones más profundas, haciendo así que la demanda sea más imperiosa y segura. En tercer lugar, cuando podemos demostrar que una serie de actitudes referentes a la misma cuestión tienden a estar estrechamente correlacionadas según una de las escalas para identificar y medir actitudes (como la diseñada por Thurstone), podemos afirmar que hemos aislado una actitud en el sentido generalmente aceptado de la palabra. Por ejemplo, el individuo que afirma que los negros deberían tener iguales derechos que los blancos puede estar expresando simplemente una opinión del momento, que diste bastante de la realidad; pero si también mantiene opiniones enérgicas sobre la conducta de los poderes coloniales que aún quedan en Africa, acusándoles de intransigencia y de ser los causantes de la mayor parte de los problemas, si cree que los nativos africanos deberían tener igual representación que los blancos en los nuevos gobiernos y se opone a los que quieren restringir la inmigración de hindúes en Gran Bretaña, entonces es claro que tiene una fuerte opinión positiva acerca del tema. Por último, las actitudes pueden estar relacionadas entre sí de tal manera que formen un concepto de orden superior, descrito por Eysenck como una «actitud social primaria» o, en los términos que ya hemos empleado, un rasgo básico del carácter perteneciente a la personalidad nuclear y, por consiguiente, altamente resistente a cualquier forma de propaganda.

Lo más sorprendente es la confirmación estadística de lo que Eysenck describe como «factor radical-conservador», que corresponde a lo que ya ha sido descrito como escala autoritario-humanitaria, en virtud del cual la gente mantiene criterios según un modelo radical o conservador y los aplica a una serie de campos que, a primera vista, parecerían lógicamente independientes. No debe pensarse que dicho factor es sólo aplicable a dos tipos fundamentalmente opuestos, sino a una distribución continua y estadísticamente «normal» en la que la mayor parte de la gente ocupa posiciones más o menos intermedias, con unos cuantos radicales y conservadores a ultranza en ambos extremos. Sin embargo, el hecho más interesante es que aquellos que se inclinan decididamente por el conservadurismo o por el radicalismo en cualquiera de los campos sondeados suelen mostrar también una actitud análoga en los otros campos. Por ejemplo, la dama conservadora que es muy patriota y defiende a la familia tradicional suele ser también partidaria, a juzgar por las conferencias a las que asiste, de una estricta disciplina penal, defendiendo la pena capital y creyendo en la utilidad de la vara y de los azotes.

La actitud de «derechas» o conservadora resulta del predominio de (o la sumisión a) la figura del padre o su representante, el

super-ego, y de todas las imágenes sustitutivas del padre encontradas a lo largo de la vida, tendiendo, por consiguiente, a respetar el poder y la autoridad, aun cuando este respeto sea a menudo ambivalente. Por otra parte, la actitud de «izquierda» o radical resulta de la libertad para rebelarse contra esa figura o contra sus substitutos en el mundo exterior; se adopta el criterio del niño en cuanto opuesto al del padre, las normas del propio ego en cuanto opuestas a las del super-ego. Melanie Klein, por ser posterior a Freud y dedicarse casi exclusivamente a los niños, logró, como hemos visto en el capítulo anterior, remontarse mucho más que aquél en el origen de semejantes rasgos, situándolo en una fase aún más temprana: los caracteres depresivos y persecutorios. Lo cual no quiere decir que sean las únicas fuentes de las actitudes en cuestión, pues, existen sociedades enteras o grupos sociales que las adoptan por razones ambientales o culturales; pero, por lo general, el autoritarismo en una cultura refleja una actitud semejante en la vida del hogar y en muchas otras esferas, por lo que es razonable suponer que los dos niveles, el cultural y el psicológico, se complementan mutuamente y no son explicaciones alternativas. En Alemania, por ejemplo, es fácil de ver que la familia autoritaria, un sistema social que ponía el acento en las mínimas diferencias sociales en términos de autoridad y sumisión (como el orden de picoteo de las gallinas) y la supremacía del soldado formaban entre todos un entramado que culminaba en un gobierno autoritario.

Las principales actitudes de «derecha» e «izquierda», correlativas y contrapuestas, son estas:

	DERECHA	IZQUIERDA
1.	Leal a una sola imagen del padre o jefe	Leal al grupo
2.	Defiende la familia	Recela de la familia
3.	Acentúa la disciplina en relación con la educación, la ley penal, etc.	Pone el acento en la libertad
4.	Antifeminista	Feminista
5.	Propugna la contención sexual	Propugna la libertad sexual
6.	Patriótico	Cosmopolita
7.	Defiende las diferencias de clases	Tiende a la sociedad «sin clases»
8.	Defiende las convenciones y tradiciones	Las críticas
9.	Defensor de la religión	Antireligioso
10.	Partidario de la propiedad privada	Socialista
11.	Tiene prejuicios	No prejuzga

Estas actitudes políticas se remiten a convicciones fundamentales acerca de la naturaleza de la sociedad y no deben tomarse como necesariamente correspondientes a los programas de los partidos políticos existentes en cualquier país, aunque, como veremos más adelante, se corresponden de hecho en muchos aspectos. A pesar de todo, forman la materia prima con la que se hacen los partidos políticos, influyendo sobre el individuo para que se afilie a un partido u otro. Está claro, por otro lado, que aquellos que poseen muchas de las actitudes en cualquiera de los dos bandos son los tipos extremos; de no ser así, no tendría objeto el celebrar elecciones políticas para convencer a la gran mayoría de casos intermedios, la mayor parte de los cuales obtienen sus opiniones de su entorno social. Además, hay muchos políticos de izquierdas o dirigentes sindicales que poseen mayor cantidad de actitudes de derechas de lo que cabría esperar; son, en definitiva, líderes derechistas *manqués*, posiblemente afiliados a sus actuales partidos por el mero accidente de haber nacido en un hogar proletario, sintiendo por amarga experiencia la injusticia de la clase dirigente. Después de todo, no es tan raro el tipo de dirigente sindical que es un hombre hogareño pero que no tolerará discusiones acerca de la igualdad de los sexos en lo que respecta a su mujer, que es un metodista o un baptista con fuertes inclinaciones puritanas, que afirma la importancia de la unión o de la disciplina de partido, así como la lealtad al jefe del partido, y cuyas simpatías son más nacionalistas que internacionalistas. Sin embargo, si introducimos otra dimensión, la escala «mentalidad dura-mentalidad blanda» basada en un concepto de William James, y la colocamos figuradamente en ángulo recto con la dimensión conservadora-radical, podremos situar con mayor precisión los diversos partidos políticos. El fascista quedaría en el espacio «mentalidad dura-conservador», el comunista en el de «mentalidad dura-radical», mientras que los conservadores (en el sentido británico) caerían en el espacio de «mentalidad blanda-conservadora», y los liberales y socialistas en el de «mentalidad blanda-radical».

Los factores mencionados han sido seleccionados, por ajustarse al propósito de este libro, de entre otras dimensiones de la personalidad que normalmente son objeto del estudio de los psicólogos, y no cabe duda de que en este mismo nivel se podrán encontrar muchos otros factores. Ya hemos señalado las principales razones por las que estas actitudes son difíciles de cambiar: 1) han surgido en una edad muy temprana, y las primeras impresiones son las más fijas y constituyen, de hecho, rasgos de la personalidad; 2) cada faceta de una actitud está en correlación con otras muchas facetas y, por lo tanto, no puede ser cambiada aisladamente. En

este sentido, el antifeminismo del «derechista» no es una faceta aislada que pueda ser corregida por sí sola, sino una parte de todo el sistema de creencias «derechistas» que acabamos de enumerar, de forma que, como ha señalado Lewin, «el proceso reeducativo tiene que realizar una labor que equivale esencialmente a un cambio de cultura», esto es, supone cambiar la actitud total del individuo con respecto a la vida y transformarle literalmente en un hombre nuevo. Dichas facetas pertenecen al yo básico, donde han quedado finalmente fijadas y firmemente entrelazadas (el área nuclear de los rasgos de la personalidad más o menos fijos). Más allá está la zona periférica, organizada de modo menos rígido, con espacios vacíos y creencias posiblemente inconsistentes, donde todavía existe la posibilidad de un cambio; y aún más lejos están aquellas ideas variables que pueden cambiar de un día para otro o que representan simplemente la educada aceptación de las convenciones sociales. Esta última zona es el área de las opiniones que, a medida que se acerca la senectud y se va completando lentamente el cuadro, también pueden quedar más o menos fijas. Las opiniones de un joven son flexibles: puede cambiar de marca de cigarrillos y adoptar la marca que fuma su novia o cambiar a los cigarrillos con filtro porque la propaganda le ha convencido de que son menos dañinos; el viejo, por el contrario, puede llegar a enfadarse si no consigue su marca habitual de tabaco de pipa.

Como el área nuclear de los rasgos profundos de la personalidad es una material poco prometedor para el propagandista, nos ocuparemos de las áreas de la organización periférica y de las opiniones, que son las áreas sociales en las que cobran significado las afiliaciones del individuo a los grupos. La gran mayoría de la gente es sociable en algún grado, y aquellos que no lo son o que tienen dificultad para asociarse con otras personas suelen ser neuróticos: según una definición, la neurosis es «la indicación y el resultado de una acción de grupo inadecuadamente realizada» (Henry Harris, *The Group Approach to Leadership Testing*). Estos grupos han sido clasificados en primarios y secundarios. Los primarios (que incluyen a la familia) son reducidos, rara vez superan la docena de miembros, e informales, sin apenas ningún propósito concreto aparte del de la compañía que proporcionan, aunque estén organizados en torno a una actividad determinada. El grupo secundario, por otra parte, es una asociación formal de cualquier tamaño, aunque suele ser grande, con un fin concreto y unas actitudes que, en el caso de que desapareciesen, ocasionarían probablemente la disolución del grupo. Son grupos secundarios: los diferentes cuerpos religiosos, los grupos regionales dispuestos a conservar su identidad específica y sus peculiaridades, los clubs

de fútbol, las clases sociales, etc. Ambos tipos de grupos suelen poseer alguna forma de organización, en el sentido de que la posición social o *status* de cada miembro se define junto con su función en el grupo y las actitudes aprobadas que deberá observar dentro de él; el miembro podrá adaptarse completamente a ellas, intentar cambiarlas, o bien permanecer pasivo frente a ellas, porque su pertenencia al grupo sea simplemente física sin llegar a una identificación total.

Independientemente de a cuántos grupos pertenezcamos, lo cierto es que de una manera voluntaria o involuntaria tomamos nuestras normas de uno o más grupos de referencia. Estos pueden coincidir con los principales grupos sociales de los que se es miembro y lo más probable es que coincidan, pero no siempre es ese el caso. En relación con la clase social, por ejemplo, una familia puede formar parte económicamente de la clase obrera y, sin embargo, tomar como grupo de referencia a la clase media, creando así una situación potencialmente llena de tensión tanto para sí como para sus amistades. Una actitud muy persistente entre la clase obrera británica es la de considerar como traidor al proletariado a cualquiera que intente mejorar socialmente, lo cual produce dos resultados importantes: las dificultades con las que se enfrenta el obrero ambicioso que quiere convertirse en patrono o alcanzar una posición más elevada en la industria, y aquellas con las que se enfrenta el muchacho o muchacha inteligente de origen proletario que desea ir a la Universidad para estudiar una carrera profesional. Es fácil que el primero experimente el desprecio de sus compañeros e incluso encuentre otras dificultades en su camino; el segundo, aparte de la idea profundamente arraigada de que el estudioso es de alguna manera un tipo raro, tendrá que enfrentarse probablemente con otra actitud: la de considerar que todo el que no esté ganando dinero una vez terminada la escuela es un «blando» o algo todavía peor. Sin duda alguna, estas actitudes están desapareciendo lentamente, pero en la actualidad suelen ser todavía muy poderosas, especialmente en ciertas zonas. En Escocia, por el contrario, o en los Estados Unidos, donde aún persiste la tradición del muchacho pobre que se supera a sí mismo, la situación es diferente; en Escocia, concretamente, donde el esnobismo va unido a la educación y no a la clase, el joven que quiere mejorar su posición social está muy bien considerado.

El propagandista que no estudia las actitudes y la forma de vida de aquellos sobre los que quiere influir tiene pocas posibilidades de éxito, especialmente en el campo de la industria, donde la dirección, predominantemente de clase media, intenta a veces crear incentivos basados en normas de la clase media. Elton Mayo,

en el transcurso de sus famosas investigaciones de Hawthorne, investigó en una sección de la Western Electric Company, conocida por la sala del «banco de bobinas», en la que trabajaban catorce hombres empalmando unos cables a sus interruptores para determinadas partes del equipo telefónico. El problema que tenía la dirección con esta sección era que los trabajadores se mostraban totalmente indiferentes ante los incentivos económicos de la compañía; a pesar de que estaba estipulado que cuanto más trabajo se hiciera más dinero se ganaba, ningún día se hacían ni más ni menos de 6.000 unidades, aunque era sabido que se podían alcanzar fácilmente las 7.000 unidades diarias. Mayo no tardó en descubrir que estas prácticas restrictivas se basaban en una norma determinada por el grupo, según lo que consideraba un «trabajo suficiente para el día». Los trabajadores tenían un código establecido que ejercía una presión social sobre el hombre que hacía demasiado (el «rompe-ritmo»), sobre el que hacía demasiado poco (el «tramposo») y sobre el «chivato», que era cualquiera que contase al supervisor alguna cosa en detrimento de un compañero. El hecho es que los estímulos a la iniciativa individual, tan importantes para el trabajador de clase media, surtían un efecto mucho menor en el trabajador manual que había conseguido la mayor parte de sus reivindicaciones mediante el esfuerzo colectivo. Esta actitud, no obstante, también está decayendo, a medida que la sociedad es más opulenta y segura. Pero al ser una actitud de clase, es altamente resistente al cambio.

Uno de los estudios más completos sobre el cambio de actitudes fue el realizado por T. M. Newcomb en Bennington, un colegio universitario femenino americano, de unos 250 estudiantes, muy aislado (el pueblo más cercano estaba a cuatro millas de distancia y el colegio tenía tienda, oficina de correos y todo lo necesario para la existencia cotidiana) y famoso por sus actitudes liberales o radicales, pues el profesorado se sentía obligado a familiarizar a las estudiantes con los problemas sociales, en una época (1935-36) en que América atravesaba una depresión y el mundo se aproximaba a la guerra. La mayoría de las estudiantes, sin embargo, provenía de hogares muy conservadores y republicanos, y el propósito de la investigación fue observar el cambio de actitud del conservadurismo hacia el liberalismo a medida que se iban haciendo miembros de la comunidad y detectar qué factores personales propiciaban u obstaculizaban dicho cambio. La gran mayoría de las estudiantes cambió de opinión política y se convirtió en poco tiempo al liberalismo de acuerdo con las normas del grupo, pero entre ellas había dos categorías distintas: la primera, que era mayoritaria, estaba formada por las conformistas por naturaleza, aquellas que

en otros grupos habrían estado dispuestas a aceptar otras normas distintas; la segunda categoría era la formada por alumnas de carácter independiente, generalmente con una inteligencia superior a la normal, que fundaban sus actitudes liberales sobre bases intelectuales o, al decir de otros, se comportaban de este modo porque el radicalismo era un rasgo de carácter profundamente arraigado que formaba parte de la personalidad nuclear. Esto viene sugerido por el hecho de que dichas estudiantes habían conseguido emanciparse emocionalmente de sus respectivas familias y eran autosuficientes por temperamento. El primer grupo (las conformistas por naturaleza) también se había independizado de sus familias, pero se habían hecho en cambio dependientes de sus propios grupos de edad en la universidad. Las estudiantes que no habían cambiado de actitud también encajaban en dos categorías: la primera era la de las definitivamente inestables, inseguras y frustradas; la segunda estaba formada por estudiantes bastante bien adaptadas pero a las cuales no les interesaba el prestigio en un colegio en el que éste iba ligado al no-conservadurismo. Aunque Newcomb no lo dice, puede afirmarse que también en este último caso la actitud era debida a un rasgo personal profundamente arraigado y no susceptible de cambio. Las estudiantes inseguras no cambiaron de opinión porque eran incapaces de participar en la vida del grupo y, por tanto, de aceptar sus creencias.

Este experimento demuestra, entre otras interesantes observaciones, el poder que tiene el grupo para cambiar actitudes; lo que *no* nos dice es cuánto tiempo duraron estos cambios después de que las estudiantes se reintegraran a sus ambientes conservadores. Lo más probable es que las actitudes meramente conformistas duraran poco. Como el cambio de actitud en el individuo está en muchos casos en función del grupo al cual pertenece, y no siempre, ni siquiera frecuentemente, sobrevive al cambio de grupo, tampoco suele servir de mucho intentar cambiar individualmente las actitudes de los miembros de un grupo. Ha habido muchos intentos de modificar las actitudes raciales impartiendo cursos informativos sobre la vida de los negros, sus problemas y culturas; sin embargo, los cambios registrados han sido inexistentes o insignificantes. F. T. Smith, antropólogo americano, ensayó un método distinto: llevó a sus alumnos (cuarenta y seis aspirantes a profesores de universidad) durante dos fines de semana consecutivos a Harlem, les presentó a artistas, escritores y hombres de negocios negros y les demostró lo mal que encajaban los negros que habían conocido en los esterotipos que tenían formados sobre la base de su experiencia anterior. No se estudió el cambio de actitud, pero seguramente

fue superior al conseguido mediante la simple enseñanza oral. Sin embargo, como señala Lewin, los sentimientos de un individuo hacia los grupos raciales, religiosos o políticos están determinados más por los sentimientos que prevalecen en la atmósfera social que le rodea que por su conocimiento sobre ese grupo; el tener un conocimiento correcto no basta para cambiar las actitudes falsas o peligrosas. Las experiencias favorables con tal grupo, incluso cuando son frecuentes, no siempre redundan en una atenuación del prejuicio, sino que pueden incluso intensificarlo al aumentar la discrepancia entre lo que el individuo cree que *debería* de sentir y lo que *siente*. «Semejante discrepancia», añade Lewin, «lleva a un estado de alta tensión emocional, pero rara vez a una conducta correcta. Puede posponer las transgresiones, pero es probable que éstas sean tanto más violentas cuando se produzcan». Estos descubrimientos han sido resumidos por Sherif, quien concluye:

> Los intentos experimentales de cambiar las actitudes o prejuicios sociales mediante la difusión de información o de argumentos objetivos, han servido de bien poco. Algunos investigadores han sido incapaces de conseguir el mínimo cambio. Otros han obtenido diversos grados de cambio en la dirección deseada, aunque casi siempre había algunos casos que o no mostraban cambio alguno o mostraban cambios negativos; y en cualquier caso suelen ser discretos y más bien efímeros (*An Outline of Social Psychology.*)

Las razones que explican lo anterior podrían ser éstas: 1) las actitudes profundamente arraigadas tienden a formar parte de una pauta integrada de creencias asociadas dentro del individuo, que no pueden ser cambiadas una a una, como ya hemos visto en las actitudes autoritario-democráticas o liberal-conservadoras, que son, en sus formas extremas, rasgos del carácter más o menos fijos; 2) las actitudes periféricas están más en función del grupo que en función del individuo y sólo pueden ser cambiadas alterando colectivamente las actitudes de grupo; 3) intentar alterar las actitudes del individuo mediante instrucción directa implica que el individuo está equivocado, lo cual se interpreta, consciente o inconscientemente, como un ataque; Allport dice: «Es un axioma el que la gente no pueda ser enseñada si al mismo tiempo tiene la sensación de estar siendo atacada.»

Uno de los procedimientos más eficaces utilizados en la actualidad para conseguir un cambio de actitud es la creación de un grupo en el cual se sientan integrados sus miembros, porque en estas circunstancias el individuo acepta el nuevo sistema de valores y creencias al aceptar su pertenencia al grupo. Los experimentos llevados a cabo durante la última guerra mostraron que las charlas dadas a las madres acerca de lo importante que era

alimentar a sus hijos con zumo de naranja tuvieron unos resultados muy pobres, y al cabo de algunos meses eran muy pocas las que lo seguían haciendo. Por el contrario, cuando se formaron grupos y se les invitó a que discutieran el problema con un médico que asistía a la reunión y que sólo hablaba cuando se le consultaba, la gran mayoría aceptó la práctica y la continuó indefinidamente. Los hechos eran ahora *sus* hechos y la decisión era suya y no de otros. De ahí que gran parte de la enseñanza superior tome la forma de una breve lección seguida de un período de discusión durante el cual los asistentes se identifican con la información recibida, la critican y descubren el conocimiento por sí mismos. Lo dicho es aplicable a actitudes antisociales como la delincuencia, el prejuicio racial y el alcoholismo, en donde el sentimiento de pertenencia al grupo se ve incrementado cuando se permite a los miembros expresar abiertamente los sentimientos que se intentan cambiar en el proceso. En vez de suprimir las actitudes antisociales, se las hace salir al exterior y se discuten junto a nuevos hechos que apuntan en la dirección apetecida y que son descubiertos por los propios miembros del grupo. Pero de esto también se deduce que aquellos que no tienen facilidad para asociarse a un grupo tampoco podrán cambiar, como se vio en el caso de los miembros neuróticos de la comunidad Bennington. De forma similar, las personas asociales o introvertidas por naturaleza o que tienen rasgos profundamente asentados que los impulsan en dirección contraria, son muy resistentes al cambio.

Por otra parte, el estudio de la psicología de masas ha demostrado que aunque la gente, cuando forma parte de una muchedumbre, hace cosas que no haría en otras ocasiones, estas «nuevas» actitudes brotan a pesar de todo de los propios miembros de la masa y no de esa entidad misteriosa descrita con el nombre de «mente colectiva», como se creía antes. Allport lo expresa muy bien al decir que el individuo se comporta entre la muchedumbre tal y como es, sólo que más libremente. Es esta intensificación de la emoción la que hace posible que las masas desorganizadas se comporten de forma distinta a la habitual y que sea más fácil estimularlas y conducirlas que si se tratara de un público organizado y dispuesto a atender a razones y a discutir un problema. Pero es falso que a las masas se las pueda inducir a hacer cualquier cosa. Las turbas que linchan a los negros existen porque previamente existen sentimientos de aversión hacia los negros; la masa intensifica el sentimiento hasta el punto de la acción, pero no lo crea. En esencia lo que distingue el comportamiento de la muchedumbre del grupo es que la muchedumbre es efímera y los individuos que la forman no se conocen unos a otros, es

decir, no existe interacción entre las personas. La masa está desorganizada y, aparte de la dicotomía dirigente-dirigidos, carece de estructura. Su efecto sobre el miembro individual es temporal y siempre en el sentido de un comportamiento primitivo y a menudo destructivo. Los grupos primarios y, en ciertos aspectos, los secundarios tienen unas características totalmente opuestas: su influencia sobre el individuo es prolongada y a menudo permanente, tiene una estructura bien definida, sus miembros se suelen conocer unos a otros y es más fácil que se orienten hacia una acción creativa y racional. En pocas palabras, la muchedumbre *saca a relucir* actitudes primitivas, el grupo *crea* actitudes nuevas y generalmente más realistas.

Otra forma de desarrollar actitudes de grupo o individuales es a través de los mecanismos mentales descritos por Freud, que actúan de un modo más inconsciente que consciente. Son una respuesta a la frustración, que lleva a un deseo de hacer la vida menos incómoda cambiando nuestras actitudes hacia la situación. Gran parte de lo que se denomina opinión pública puede entenderse de hecho como una serie de reacciones frente a la adversidad. Una de las más comunes es la conocida por *racionalización*, mediante la cual fingimos creer que ocurra lo que ocurra siempre será lo mejor que pueda ocurrir, que las cosas podrían ir peor, o buscamos razones absurdas para explicar lo que en realidad se hizo por impulso. Así, la gente de clase media baja o de clase obrera que en realidad envidia a las clases altas, puede decirse a sí misma que el dinero no trae la felicidad (tampoco, por supuesto, la pobreza) y que, en cualquier caso, son más respetables, morales y mejores ciudadanos que los del grupo al que envidian. O, como a la mayoría de las personas se les enseña la importancia de ser amables y considerados con los demás y a odiar la crueldad, tienen que racionalizar su comportamiento cuando éste no se ajusta al ideal, para salvar al menos su propio respeto, si es que no pueden conservarlo intacto. El prejuicio racial, por ejemplo, va siempre acompañado de teorías introducidas para justificar una práctica usual: los negros son vagos, infantiles, biológicamente inferiores o simplemente serviles. Los americanos blancos de los estados sureños no suelen admitir que odian a los negros, al contrario, dirán a menudo que «les dan mucha lástima» y recordarán con afecto a tal criado negro, o a la nodriza negra que los crió pero añadirán que los negros necesitan mano dura, pues de otra forma se meterán en líos llevados por sus naturales impulsos primitivos. A los que piensan que los negros son objeto de un trato injusto y de una discriminación brutal se les dirá que no comprenden el problema porque no viven en el país y que sus

acusaciones son tendenciosas o falsas. Semejantes racionalizaciones surgen de una de estas tres formas: 1) pueden ser, como en el caso del problema negro, parte de las tradiciones ya elaboradas del grupo, transmitidas de generación en generación para dar visos de racionalidad a una situación cada vez más intolerable y para eliminar el sentimiento de culpa del grupo; 2) pueden ser creación de dirigentes y propagandistas y recibir el apoyo del grupo para hacer más tolerable una situación nueva y desagradable, como, por ejemplo, la tesis alemana de que su ejército no fue vencido en la Primera Guerra Mundial en el campo de batalla, sino por la acción de comunistas y judíos en la retaguardia; 3) corrientemente, como en el caso de las actitudes de clase mencionadas arriba y de muchos otros problemas nacionales, surgen de la natural tendencia a racionalizar un hecho que a la sazón no puede ser alterado.

En segundo lugar, está el mecanismo de *substitución,* en virtud del cual se reemplaza el fin frustrado por otro al que se desplaza la emoción de odio y, a veces, de amor. De ahí el fenómeno del chivo expiatorio o del amor de rechazo. La frustración conduce siempre a la agresión, que puede dirigirse contra el objeto frustrante, contra el propio individuo o, más a menudo (cuando emprenderla con el objeto frustrante puede tener consecuencias aún peores y más frustrantes) contra un objeto substitutivo. La selección de este objeto suele hacerse, entre otras razones, porque es más débil y no puede responder. Las gallinas, por ejemplo, tienen establecido un «orden de picoteo» por el cual, cuando una gallina es atacada por otra más fuerte, la primera picoteará a una más débil y ésta, a su vez, a otra, hasta llegar al ave más débil del corral. El antisemitismo de los nazis era un desplazamiento de la agresión engendrada por la frustración, y durante la Segunda Guerra Mundial se pudo comprobar que el Ministerio Alemán de la Propaganda solía intensificar sus esfuerzos en este sentido después de derrotas militares o reducciones en la ración alimenticia. Claro que no se eligió a los judíos al azar, sino porque representaban un chivo expiatorio tradicional y culturalmente aceptable en Europa central y oriental.

Un mecanismo que se confunde a menudo con la substitución es la *proyección,* en virtud de la cual se atribuye a otros los impulsos que la gente no quiere reconocer como propios; el ejemplo más clásico es de la solterona que teme ser violada cada vez que está a solas con un hombre o que tiene un miedo irracional a encontrarse a un hombre debajo de la cama. La razón de su comportamiento está en la frustración de sus impulsos sexuales, que, no pudiendo ser reconocidos de una manera consciente, se

proyectan sobre un objeto externo. Es un mecanismo tan corriente que muchas veces, cuando se le pide a alguien que describa el tipo de persona que menos le gusta, dará (inconscientemente) una perfecta descripción de sí mismo; pues son los pecados de los que él se siente más culpable los que buscará en los otros. Las acusaciones de agresiones contra otros países son a menudo una clara indicación de las intenciones agresivas del acusador y, como han señalado Freud y otros, se promueve la solidaridad de un grupo proyectando todos sus defectos contra otro grupo. Freud creía de hecho, que las guerras eran casi inevitables porque, de no poderse producir tal proyección, un país quedaría rápidamente dividido en feudos civiles*. Sin embargo, la proyección no siempre tiene un significado tan siniestro, pues el mundo, tal y como lo ve la mayor parte de la gente, no es sino la proyección de lo que llevan dentro, y las conductas de otros individuos, que de otra manera serían un misterio, se explican en términos de las probables reacciones de uno en una situación parecida. En realidad, cuanto menos sabe uno, más fácil es que proyecte; por eso los sistemas políticos o metafísicos son frecuentemente una proyección de situaciones que existen de hecho o que están a punto de comenzar a existir dentro del individuo o del país de que se trate: el «superhombre» de Nietzsche no era ajeno a su propio sentimiento de inferioridad, como tampoco lo era el concepto de «la supervivencia de los más aptos» con respecto al panorama económico de Inglaterra a mediados del siglo XIX. Los líderes fomentan frecuentemente la proyección durante sus campañas políticas, promoviendo la idea de que aquellos que ya han ingresado en determinado partido son «gente común y corriente como vosotros mismos». Al hacer que el auditorio se identifique con la gente normal en general, se espera que vote en consecuencia.

La *identificación*, aunque en apariencia es lo opuesto a la proyección, puede producirse en las mismas situaciones, y ambas se complementan. En este caso, en vez de proyectar amor u odio sobre otro para negarlo en uno mismo, el individuo se identifica con otra persona y cree que siente de igual modo. Recordemos que el niño se identifica con su padre e introyecta el super-ego de éste, haciendo suyos ciertos aspectos de su progenitor. El individuo reacciona exactamente de la misma manera ante posteriores imágenes de la autoridad (suponiendo que sus sentimientos

* Jung afirmaba que la severidad de la política suiza se debía al hecho de haber evitado la participación en una guerra durante más tiempo que cualquier otro país europeo. «Los suizos», dijo, «han introvertido la guerra».

básicos no sean antiautoritarios). Por eso, los psicólogos sociales están por lo general de acuerdo en que el éxito del líder de un grupo depende en parte de su habilidad para actuar como un substituto de la persona —generalmente el padre— con la que aprendió a identificarse el individuo en un principio; Freud, dando un paso más, afirmó que el líder debía su autoridad a la substitución del ideal del ego de los miembros por él mismo: «[el grupo] es un conjunto de individuos que han substituido su ideal del ego por uno y el mismo objeto». Señaló también la frecuencia con que los líderes se dirigen de hecho a sus seguidores con términos como «hijos míos», mientras que a menudo se hace referencia al líder como el «padre» (Stalin, por ejemplo, fue en muchas ocasiones descrito como «el padre de su pueblo»). De ahí que la moral descanse en la identificación mutua de los miembros, y de todos ellos con su líder; pero la identificación tiene aún más importancia como raíz de todo sentimiento de simpatía o de piedad, que es lo que hace de ella uno de los factores más importantes en el mantenimiento de la sociedad.

En la *compensación*, el impulso original se ve frustrado y se busca otro fin a través de un impulso que no estaba involucrado en la frustración original. Anna Freud describe este mecanismo como *restricción del ego* y propone el ejemplo de la niña de diez años que, sintiéndose incapaz de resultar suficientemente atractiva para interesar por su belleza a los niños que admira, lo compensa perdiendo el interés por su feminidad y esforzándose por sobresalir intelectualmente. Adler, como ya dijimos, creía que se trataba de uno de los mecanismos mentales más importantes, mediante el cual la gente compensa su sentimiento de inferioridad, y ya señalamos lo frecuente que es que aquellos que luego llegan a ser personajes influyentes en la sociedad hayan comenzado con alguna tara social o física. Uno encuentra el mismo proceso en los países pequeños o de reciente constitución; el país pequeño afirma que, a pesar de su tamaño, su historia es honrosa y que su leche y su agua no contiene gérmenes, mientras que el país grande, pero de historia corta, puede pretender haber inventado prácticamente todo, desde la máquina de vapor a los antibióticos y el radar. En un contexto más amplio, los dirigentes de países en pie de guerra o en ese estado permanente de «guerra fría» que caracteriza a los estados totalitarios, cuando tantos y tantos impulsos tienen que quedar insatisfechos, se ocupan de proporcionar *panem et circenses* como fines substitutivos que hagan olvidar a las masas sus frustraciones. Por eso tales gobiernos hacen la vista gorda ante el exceso de bebida o la promiscuidad sexual en tiempo de guerra, o inician, en tiempo de relativa paz, movi-

mientos como el alemán «*Kraft durch Freude*» o el italiano «*Dopo Lavoro*» de la época fascista. Pero cada sociedad tiene su propio circo y espera que, concluida la función, los participantes vuelvan con menos desgana a su anodina vida cotidiana.

El *conformismo*, el deseo de ser como los demás, ha sido descrito como un mecanismo mental por algunos psicólogos sociales americanos, quienes señalan que al niño se le enseña desde su primera infancia que el conformismo es la mejor manera de sentirse seguro; por lo demás ya se habrá observado con cuánta frecuencia se alude a este proceso para explicar ciertas actitudes. A nosotros, los de este lado del Atlántico, se nos antoja excesivo el énfasis que se pone en dicho mecanismo; porque aunque los americanos de hoy día forman sin duda alguna una nación de conformistas en muchos aspectos y aunque en todas las naciones existe un deseo natural de conformarse dentro de determinados límites —sin lo cual resultaría imposible la vida social—, no todos los pueblos son iguales a este respecto y el progreso social no se produciría de no haber inconformismo. La Italia del Renacimiento, la Inglaterra del siglo XVIII y, para el caso, la misma América hasta mediados los años 30, fueron naciones en las que se valoraba el inconformismo y el individualismo, y tales períodos fueron épocas de progreso técnico y social. Aunque se convendrá que la mayoría de la gente tiene que conformarse en muchos aspectos para que una nación permanezca estable, hay un cierto peligro en aceptar a ciegas los resultados de los experimentos de la psicología social —la mayor parte de los cuales han sido realizados en los Estados Unidos— y aplicarlos a situaciones geográficamente distintas donde pueden no tener aplicación posible. Este peligro viene ilustrado por un conocido experimento llevado a cabo por Kurt Lewin que, por otra parte, demuestra que se pueden cambiar las actitudes cambiando el tipo de estructura social en la que funciona el individuo.

En este experimento, se formaron grupos iguales de niños de diez años y se les puso bajo tres tipos de dirección adulta: autoritaria, democrática y liberal. En el grupo autoritario, el líder dictaba todas las normas y decidía las actividades; bajo la dirección democrática, los niños decidían su propio programa, ayudados y animados por el líder; mientras que en el grupo liberal el líder se mantenía completamente al margen, a no ser para responder a preguntas que se le hacían directamente. Las tareas asignadas a los grupos eran de tipo artesanal, como construir prototipos a escala reducida, diseñar aviones de juguete, escultura, etcétera. Se comprobó que los grupos autocráticos eran o apáticos o excesivamente agresivos. En el primer caso, los niños se mostraban

tensos, apagados y sumisos, pero en cuanto el líder abandonaba la habitación, comenzaban a correr y a gritar y mostraban todos los síntomas de un relajamiento de tensión; en el segundo caso, se mostraban resentidos con el líder porque los reprimía, pero como al mismo lo temían, mostraban su agresividad indirectamente: pretendían no haber oído lo que se les decía, infringían las normas «sin querer», se marchaban antes de tiempo y maltrataban el material. Lo significativo es que no sólo se mostraban agresivos con el líder, sino también entre ellos mismos, menospreciando el trabajo de los demás, negándose a cooperar y tomando a los individuos más débiles como chivos expiatorios. Cuando al final del curso se les dijo que podían quedarse con los modelos que habían construido, muchos de los niños de este grupo comenzaron a destrozar lo que habían tardado semanas en hacer. Los grupos liberales eran caóticos y agresivos, aunque sin las tensiones del anterior; no hacían prácticamente ningún trabajo y su conducta era totalmente descontrolada, estuviera o no presente el líder. En contraste, el grupo democrático estimaba a su líder, ansiaba reunirse y trabajaba bien, demostrando ser el grupo más constructivo de todos. Se referían a sus proyectos como a «nuestros modelos», al grupo como a «nuestro grupo» y siempre hablaban de lo que iban a hacer en primera persona del plural. El trabajo de los miembros más habilidosos era contemplado con admiración, no con la envidia mostrada por los otros grupos, y se consideraba un bien de todo el grupo. Cuando el líder abandonaba la sala, el trabajo continuaba normalmente. De hecho, el grupo democrático demostró ser superior en muchos aspectos.

Lo que este experimento nos viene a demostrar es que *a*) las actitudes están influidas por la misma estructura social y *b*) la superioridad del tipo de solución democrático en el pequeño grupo primario bajo las condiciones que prevalecían en ese momento en los Estados Unidos. Lo que *no* demuestra es *a*) la superioridad de la forma democrática de gobierno en la moderna sociedad de masas, cuyas condiciones son totalmente diferentes a las que existen en un grupo reducido; tampoco demuestra *b*) que los resultados serían los mismos en un país de tradición autocrática como, por ejemplo, Alemania, la experiencia, en verdad, sugiere lo contrario.

Ya hemos mencionado lo importante que es la sugestionabilidad a la hora de alterar actitudes, y está claro que la *sugestión* es una de las principales armas del propagandista o del publicitario. La forma extrema de este proceso es el hipnotismo (del que trataremos más adelante), por el cual el individuo lleva a cabo lo que le sugiere el hipnotizador; pero en muchas circunstancias

de la vida normal realizamos casi automáticamente acciones sugeridas por otros, en virtud de una respuesta condicionada a un estímulo tal como una palabra o un tono de voz. Está bastante claro que este tipo de comportamiento se adquiere durante la infancia, cuando el niño aprende a obedecer el mandato de los adultos por los que siente afecto o respeto. Por otra parte, cuando se mira a la autoridad con resentimiento, como el tipo de personalidad «radical», se produce la tendencia inversa de sugestión negativa: en este caso existe una propensión a ir al extremo opuesto y rechazar toda sugestión que provenga de la fuente detestada. De acuerdo con lo que ya hemos visto en relación a los grupos, los hipnotizadores saben que, por lo general, las personas más susceptibles a la hipnosis no son las neuróticas o socialmente aisladas, sino más bien las personas completamente socializadas y normales. La sugestión suele consistir en la liberación de un modelo o esquema mental ya existente dentro del individuo, y no en la creación de algo nuevo. Tampoco tiene por qué ser inmediata la respuesta; la memoria hace posible una gran variedad de respuestas condicionadas y una tendencia a responder mucho después de haberse producido la exposición al estímulo original. Como el estímulo original surgió por vez primera en relación con los padres, el prestigio es un factor muy potente a la hora de afectar la respuesta a una sugestión: somos propensos a creer lo que nos dice la gente que queremos y respetamos o que ocupa una posición elevada; de ahí que los anunciantes se sirvan de personas célebres para respaldar sus productos. En una universidad americana se les dio a un grupo de estudiantes una serie de declaraciones que reflejaban opiniones liberales y conservadoras para que seleccionaran aquellas con las que estaban más de acuerdo. Un mes más tarde se volvió a hacer la misma prueba, pero esta vez se les dijo que una serie de eminentes profesores habían aceptado algunas de las opiniones liberales entre las que venían escritas en el papel. El resultado fue un desplazamiento hacia el lado liberal, producido obviamente por la sugestión de prestigio.

Sin embargo, es indudable que la influencia de más fuerza a la hora de producir un cambio de opinión es la alteración gradual del ambiente social debida a la adaptación inconsciente al cambio tecnológico, y muchos resultados cuyo éxito se atribuyen los propagandistas han sido de hecho conseguidos de este modo. La afirmación de Hegel de que «el hombre, en tanto y cuanto actúa sobre la naturaleza para cambiarla, cambia su propia naturaleza», es una profunda verdad universal: porque un aspecto importante de la adaptación del hombre es su capacidad para cambiar con las circunstancias, y las innovaciones técnicas forman parte

del medio al que nos tenemos que adaptar. En la India, por ejemplo, los propagandistas del gobierno han hecho todo tipo de esfuerzos para eliminar las distinciones de casta, y en China el gobierno comunista ha tratado de romper las lealtades profundamente enraizadas del antiquísimo sistema familiar, con su veneración por los ancianos y su sometimiento a los padres y antepasados. La realidad es que estos cambios se están produciendo rápidamente, pero más como respuesta a la industrialización de dichos países que a la propaganda gubernamental. Los efectos iniciales de la industrialización han sido similares en todos los países: debilitamiento de los lazos familiares que produce como resultado un descenso en el índice de natalidad; pues los hijos, que son un bien para el agricultor, representan una carga para el trabajador industrial, que tiene que mantenerlos hasta que terminen sus estudios; tampoco es posible mantener las distinciones de casta cuando lo que el director de una fábrica quiere son «brazos» y no se preocupa de las circunstancias de casta o de religión. De forma similar, la Revolución Industrial produjo en Inglaterra un cambio de actitud hacia los pobres, que pasaron de ser considerados objetos predilectos del amor de Dios en la Edad Media a ser los vagos y los fracasados del sistema industrial, que también produjo actitudes nuevas en relación a la competencia, al producirse el cambio de la vieja sociedad estática a una en la que el ideal era la movilidad social. La industria fue también la que efectivamente terminó con la esclavitud en los Estados Unidos, pues era una institución que no se adaptaba al nuevo desarrollo de la sociedad industrial, y no cabe duda de que el cambio se hubiese producido igual aunque no hubiese vivido nunca William Lloyd Garrison y nadie hubiese escrito *La cabaña del tío Tom*.

Una de las campañas de propaganda más intensas de cuantas se han llevado a cabo fue la de la «Anti-Saloon League» en Estados Unidos (fundada en 1895), la cual estableció en 1909 una imprenta que, desde que comenzó a funcionar hasta principios de 1923, produjo 157 millones de octavillas en contra de la consumición de bebidas alcohólicas, 2 millones de libros, 5 millones de folletos, 114 millones de panfletos, 2 millones de carteles y 18 millones de tarjetas. La Liga consiguió que se aprobara una extensísima legislación, que culminó en la Enmienda de la Prohibición de 1920, abolida luego en 1933, sin que tuviera gran parte en ello los esfuerzos propagandísticos del Comité de Oposición a la Enmienda Dieciocho. La Prohibición fue abolida porque trajo consigo el contrabando de licores y el crimen organizado y porque hacer cumplir la ley era costoso e inefectivo y ponía en peligro el respeto a las leyes en general. Fracasó, en realidad, porque iba

en contra de las corrientes modernas. La propaganda se ve limitada por los intereses dominantes, por las tendencias sociales y por los prejuicios; se ve estimulada por la ignorancia de los hechos y tiene más posibilidades de éxito cuando va a favor de la corriente social que cuando va en contra. En realidad, como ha dicho Edward R. Murrow de la propaganda televisada, el propagandista puede retardar o acelerar una tendencia de la opinión pública, pero no puede invertirla.

Aparte de los resultados meramente negativos, el propagandista incauto puede caer en otras muchas trampas. Todos los mensajes propagandísticos suelen producirse en tres fases: la fase de llamar la atención y suscitar el interés, la fase del estímulo emocional y la fase de demostrar cómo se puede eliminar la tensión así creada (esto es, aceptando el consejo del locutor). A veces puede resultar imposible captar la atención pública o, si el mensaje va en contra de las tendencias existentes o la personalidad del auditorio, estimular las emociones. Pero, como demuestra el caso de prejuicio racial citado por Lewin, suscitar emociones sin luego proporcionar una forma aceptable de eliminarlas puede ser aún más peligroso, incluso cuando el mensaje haya sido aceptado en parte. El hombre con prejuicios raciales puede llegar a convencerse de que no *debería* sentir de esa manera, pero sus verdaderos sentimientos permanecen inalterados, creándose así un agudo conflicto entre los valores oficiales y sus valores básico que engendra tensión y sentimientos de culpabilidad. Esta discrepancia da lugar a una hostilidad mayor aún, hostilidad que puede descargarse o bien sobre los objetos originales del prejuicio o bien, mediante lo que se conoce como «efecto del boomerang», sobre el propio propagandista. A nadie le gusta que le demuestren que estaba equivocado acerca de un tema que siente profundamente, y el resultado es un aumento de la agresividad en vez de solucionarse un conflicto social. En definitiva, se han suscitado tensiones sin la posibilidad de encauzarlas en la dirección deseada; pues en lo más profundo de sus seres, la multitud rechaza la solución de convertirse en «amigos de los negros». Así que es posible alterar las actitudes sin cambiar el comportamiento, incluso cuando el propagandista ha conseguido transmitir su mensaje con pleno éxito. Por ejemplo, un político puede convencer a su auditorio de que el Partido Liberal tiene el mejor programa y, sin embargo, puede que la gente vote a los conservadores por no creer que el Partido Liberal tenga posibilidades de éxito en su distrito electoral y temer que, si dividen el voto, puedan resultar favorecidos los laboristas, por quienes sienten todavía menos simpatía que por los conservadores. Hay pruebas abundantes de que la publica-

ción de las encuestas electorales en el transcurso de una elección puede influir sobre los resultados a pesar del éxito aparente de las campañas de propaganda, aunque a menudo la dirección de esa influencia sea impredictible. Algunos, como en el caso que acabamos de citar, pueden dar su apoyo a otro partido porque parece que el suyo no tiene posibilidades de éxito; otros, como probablemente sucedió en las campañas presidenciales americanas de 1944 y 1948 con el candidato Dewey, que tenía a su favor la mayor parte de la propaganda, pueden votar en contra de un partido precisamente porque las encuestas predicen su triunfo indiscutible. Son frecuentes los ejemplos contrarios, cuando lo que se altera es el comportamiento y no las actitudes: si estamos en Roma, casi todos nosotros nos comportamos como romanos. De esta manera, un americano que proceda de algún lugar del sur de los Estados Unidos donde se practique la segregación racial, no podría ni imaginarse sentado al lado de un negro en un autobús, pero no armaría un escándalo si se viese en esa situación en Nueva York, y es evidente que muchos de los que contribuyen a ese habitual índice del 99,9 por 100 de votos a favor de un gobierno totalitario están actuando en contra de sus auténticas convicciones por miedo o por una sensación de impotencia. A pesar del propagandista, la gente tiende a seleccionar sólo aquellas cosas del entorno ambiental que encajan en su forma de vida en un momento dado. Pero no sólo seleccionan, sino que también pueden, de hecho, distorsionar el mensaje; más de un conferenciante ha tenido la experiencia de recibir felicitaciones por haber expresado unas opiniones que, en realidad, eran justamente lo contrario de lo que había querido expresar. La información inaceptable, o bien se distorsiona para hacer que encaje en la estructura mental existente y en las tendencias del momento, o bien se ignora totalmente mediante el mecanismo que los psicólogos llaman *negativa*.

El que el propagandista no llegue a comprender a un determinado auditorio puede conducir a resultados insospechados. Durante el período inicial de la Segunda Guerra Mundial, se les decía por los altavoces alemanes a los soldados franceses del sur de Francia que defendían la línea Maginot que las tropas británicas habían desembarcado en el Norte y que estaban seduciendo a las francesas y haciendo el amor con ellas. Los soldados franceses recibieron la información con risas porque sus mujeres y novias estaban, por supuesto, a salvo en el Sur: los alemanes habían infravalorado los prejuicios regionales de los franceses, esa forma de patriotismo estrictamente local que no ve nada mas allá de sus reducidas fronteras. La réplica a las críticas y acusaciones

de la oposición, ya sea en tiempo de guerra o de paz, también tiene sus riesgos: hay muchas circunstancias en las que el único efecto de tal acción es la difusión de las críticas adversas, y que la gente, que en otras circunstancias nunca se hubieran enterado, piense que «no hay humo sin fuego».

El simple conocimiento de un auditorio determinado tampoco suele bastar; es necesario tener unos conocimientos de psicología mucho más profundos que los derivados de la sola intuición, especialmente cuando la propaganda se dirige a fines benéficos de sanidad o de seguridad. El «sentido común» es a menudo un guía peligroso y ciertamente no de fiar. Por ejemplo, el debate en la Cámara de los Lores sobre las consecuencias de fumar cigarrillos, que tuvo lugar a principios de 1962, demostró claramente que la mayoría de los oradores estaban convencidos de que la mejor manera de evitar que la gente joven fumara era inculcándole un sentimiento de miedo o incluso de terror ante la posibilidad de que el fumar provocara cáncer de pulmón. Es probable que la mayoría de la gente esté de acuerdo en que la mejor manera de poner fin a una conducta indeseable sea el miedo a las consecuencias si éstas se presentan de la forma mas dramática posible. Pero esto no es siempre cierto; hace tiempo que los psicólogos saben que, por efecto de la Ley de la Reversibilidad del Esfuerzo, cuanto más miedo tenga la gente a las consecuencias de una acción, tanto más se sentirá impulsada a continuar cometiéndola o incluso a repetirla con más frecuencia. Una sorprendente confirmación de este hecho es la obtenida por Janis y Feshbach en un experimento que llevaron a cabo en una escuela secundaria de Connecticut. Dividieron el primer curso, al azar, en cuatro grupos equivalentes y se preparó una charla ilustrada de quince minutos en tres formas diferentes, todas las cuales contenían la misma información sobre las causas de la caries dental y sobre la manera de evitarlas mediante una higiene adecuada. Las tres charlas (cada una de ellas a un grupo diferente, mientras que el cuarto, que servía de referencia, recibió una charla sobre cosas que no tenían que ver), diferían, no en la materia, sino en el modo de presentación. La primera contenía una fuerte dosis de emotividad dirigida a crear tensión, poniendo de relieve las graves consecuencias de las caries dental, de las encías enfermas y de otros peligros derivados de una higiene inadecuada. La segunda presentaba una visión más «moderna» de los mismos peligros, mientras que la tercera hacía una alusión «mínima» a ellos, sin dramatizar las consecuencias de la falta de higiene, pero aconsejando la profilaxis dental. Los resultados mostraron que, aunque inmediatamente después de la charla se sentían angustiados por

el estado de sus dientes un 42 por 100 del grupo «fuerte», un 26 por 100 del grupo «moderno» y un 24 por 100 del «mínimo», los efectos prácticos de las diversas charlas fueron muy distintos. Siguieron el consejo de acudir a un dentista sólo el 8 por 100 del grupo «fuerte», un 22 por 100 del «moderno» y un 36 por 100 del «mínimo». La alusión al miedo fue por tanto sensiblemente eficaz a la hora de conseguir la conformidad con el mensaje. El temor es poderosísimo a la hora de llamar la atención sobre un mensaje, pero, sobre todo en la propaganda sanitaria, es más fácil que tenga unos resultados más insatisfactorios que el material presentado de forma relativamente neutral. Hay orras circunstancias —por ejemplo, en las conversiones religiosas— en las que esto no es así, pero por lo general el miedo es un arma de dos filos en casi todas las formas de propaganda.

4. La guerra psicológica

A pesar de que ha habido casos anteriores, es indudable que fue durante la Primera Guerra Mundial, sobre todo hacia el final de la contienda, cuando la propaganda se convirtió en un instrumento bien definido, que utilizaba un método científico y ensayaba algún tipo de técnica objetiva. Sin embargo, Gran Bretaña no alcanzó esa etapa hasta el verano de 1918, al establecerse en Crewe House un Departamento de Propaganda Enemiga dirigido por lord Northcliffe; también se estableció en Londres un Comité Internacional con el mismo fin, formado por representantes de Gran Bretaña. Estados Unidos, Francia e Italia. El presidente Woodrow Wilson creó en América el Comité de Información Pública en 1917, dirigido por George Creel, que utilizó la experiencia adquirida por la publicidad comercial para diseminar su propaganda tanto entre el público americano como entre el europeo. Por aquel entonces, la radio no era todavía un medio de comunicación de masas, y los principales medios utilizados fueron panfletos, boletines, octavillas, periódicos, carteles y, especialmente en América, películas y mítines públicos. Los principales objetivos de dicha propaganda, tanto en esa como en cualquier otra guerra, fueron: 1) movilizar y dirigir el odio al enemigo y minar su moral; 2) convencer al público de la legitimidad de la causa aliada y aumentar y mantener su espíritu de lucha; 3) conseguir la amistad

de los neutrales y fortalecer la impresión de que no sólo tenían razón los aliados, sino que además iban a alzarse con la victoria, y, siempre que fuese posible, conseguir su apoyo activo y su cooperación; 4) extender y fortalecer la amistad de las naciones aliadas.

Cualesquiera que fuesen las técnicas empleadas por ambos bandos, la idea básica consistía en crear fuertes actitudes y sentimientos de pertenencia a nuestro grupo, y actitudes opuestas de odio al enemigo por constituir un peligroso grupo exterior, mecanismo que parece ser casi innato en el hombre cuando se enfrenta con ansiedades y frustraciones. El niño experimenta el pecho materno satisfactorio como un objeto «bueno» y el frustrante como un objeto «malo», hasta que, en una fase posterior, los aspectos buenos y malos de los padres conducen a una ambivalencia en la que coexisten los sentimientos de amor y de odio. De ahí la teoría de lo blanco y de lo negro, de lo bueno y de lo malo, que no sólo lleva a un odio exagerado por el enemigo, sino que alivia nuestro propio sentimiento de culpa cuando también nosotros nos comportamos brutalmente, y, por proyección de nuestros bajos impulsos sobre el enemigo, fortalece nuestra moral y hace aumentar el sentido de unidad. No hay nada como una guerra para romper las barreras de clase y de otro tipo y para crear sentimientos de hermandad y cooperación dentro de un país, pues toda la agresión y el resentimiento que previamente se dirigían al interior se proyectan ahora sobre un enemigo externo. Sólo en los momentos que anteceden a la derrota, o después de conseguida la victoria, empieza a aparecer de nuevo la desunión. Así, en la Primera Guerra Mundial los sentimientos de patriotismo prevalecieron incluso frente a los sentimientos del internacionalismo marxista, que hasta entonces había mantenido unidos a los proletariados de Francia y de Alemania; también prevalecieron frente a los considerables sentimientos progermanos que había en Gran Bretaña, y más tarde, en los Estados Unidos. El pueblo británico desconocía el compromiso de su Gobierno de acudir en ayuda de Francia si ésta era atacada, y durante muchos años, y a pesar de las provocaciones de la política de agresión del Kaiser desde principios de siglo, mucha gente, si no decididamente progermana, se mostraba en cualquier caso más a favor de Alemania que de Francia. Hubo muchos importantes estadistas británicos, la mayor parte liberales, que querían y admiraban a Alemania, y en cuanto al hombre de la calle, es probable que estuviese influido por sucesos que databan de las Guerras Napoleónicas, junto con la persistente convicción, en parte racial, de que los alemanes eran «más como nosotros», cosa que todavía expresaban

muchos soldados británicos cuando la guerra había terminado. Es posible que también tuvieran su parte los sentimientos suscitados por la Reina Victoria y Alberto, príncipe consorte, durante el siglo anterior, aunque su hijo Eduardo VII, francófilo convencido, no los compartiese. Sin embargo, en lo que respecta a Gran Bretaña, la cuestión quedó resuelta cuando Alemania invadió Bélgica, rompiendo así un antiguo tratado que garantizaba la neutralidad de Bélgica y permitiendo que Alemania fuese identificada como una gran potencia imperialista que atacaba a su pequeña y relativamente indefensa vecina. *Punch* expresó la opinión general de la nación en una viñeta en la que aparecía un enorme y amenazante matón empujando una verja y entrando en un prado defendido tan sólo por un niño en postura desafiante, y los sentimientos patrióticos de la nación aumentaron con la declaración de guerra y llegada a Francia de la Fuerza Expedicionaria Británica. A partir de ese punto, las naciones de ambos bandos comenzaron a consolidar sus fuerzas internas-acción que fue menos deliberada que la entrada en juego del mismo mecanismo psicológico que ya había destruido la antigua solidaridad de los proletarios franceses y alemanes. En Alemania, el kaiser declaró públicamente que no conocía partido político alguno, mientras que la *Unión Sacrée* anunciada por la Cámara de Diputados y el Senado de Francia expresaba la solidaridad de todos los partidos políticos y las clases sociales. En Gran Bretaña, también se fueron por la borda los sentimientos progermanos o pacifistas y las ya tradicionales convicciones sobre la importancia de la libertad individual. Todo se convirtió en blanco o negro, bueno o malo, con los malos de fuera y los buenos de dentro, y pronto comenzaron a hacer su aparición estereotipos, eslogans e historias sobre atrocidades. Los alemanes tenían a su vez un estereotipo de Gran Bretaña como la «pérfida Albión», cuya demanda de «libertad de navegación» no era sino otro nombre para «Britania gobierna las olas»; de los franceses decían que buscaban deliberadamente la venganza de su derrota en la Guerra Franco-Prusiana de 1870; y de los rusos, que intentaban poner en práctica la doctrina del pan-eslavismo. Los estereotipos de los aliados eran el «loco nacionalismo» y el «militarismo» de los alemanes; se describía al kaiser como «el perro rabioso de Europa». En los primeros momentos de la guerra, los carteles llevaban un eslogan: «Tu Rey y tu Patria te necesitan», debajo de la imagen de un kitchener que señalaba con el dedo al observador; en una fase posterior surgieron eslogans como «Una guerra para acabar con la guerra», una guerra para «derrotar a los enemigos de la democracia» y «autodeterminación de los pueblos».

Aunque no existe duda de que los alemanes trataron con dureza

a los belgas y contravinieron específicamente por lo menos dos disposiciones del derecho internacional —la negativa a reconocer la existencia de «un ejército de resistencia» y el considerar francotiradores a los que resistían—, amén de ejecutar a un gran número de rehenes, existen pocas dudas, a la luz de lo que posteriormente se averiguó, de que no fueron culpables de las terribles atrocidades que les atribuyeron los Aliados. Relatos sobre los alemanes cortando las manos a los niños, cociendo cadáveres para fabricar jabón, crucificando a los prisioneros de guerra y utilizando a los sacerdotes como badajos de las campanas de las catedrales, fueron historias nauseabundas ampliamente creídas tanto por los aliados como por sus amigos neutrales. Por el lado alemán se dijeron cosas como que el enemigo utilizaba balas dum-dum, que empleaba guerrilleros y «salvajes» de Africa y de Asia para combatir a pueblos civilizados, que encarcelaba a civiles y que sus tropas cometían brutalidades y mutilaciones. No se sabe a ciencia cierta de dónde salieron estas historias; algunas, como la de amputar las manos a los niños, admitió haberla inventado un periodista inglés al acabar la guerra, la leyenda de «los ángeles de Mons» (que por supuesto, no es una historia de atrocidades) surgió de una historia escrita por Arthur Machen, y algunas se originaron en las sátiras de los propios alemanes. El relato de los sacerdotes y de las campanas fue tomado de un artículo de un periódico alemán que se preguntaba: «¿Qué será lo próximo que crean de nosotros?». Pero, probablemente, la mayor parte de ellas surgieron de algún relato falseado a partir de un suceso verídico, que, al ir pasando de boca en boca, ganaba en sensacionalismo lo que iba perdiendo en veracidad. Naturalmente, no todo el mundo daba crédito a tales historias, hasta que la Comisión Bryce, organismo oficial, pareció respaldarlas; fue entonces cuando mucha gente las aceptó como verdad indudable. Hay, sin embargo, razones psicológicas más profundas para explicar el que ese tipo de rumores se acepten a menudo en tiempo de guerra: 1) son en parte una proyección de nuestros propios impulsos sádicos, de nuestra propia «maldad», que cumple la función de hacer que nos sintamos «buenos» y de mantener la moral pública; 2) como al hombre civilizado se le ha inculcado que muchos de los actos relacionados con la guerra, e incluso la propia guerra, son malos, las historias sobre atrocidades actúan hasta cierto punto de justificante de las cosas desagradables que nosotros mismos nos vemos obligados a hacer; 3) la mente, como hemos visto, tiene una especie de esquema que actúa de forma que cuando aparecen huecos debidos a falta de conocimiento, la tendencia natural es llenarlos (esta es una de las causas del chismorreo y del rumor, que nada tienen

que ver con la guerra), pero el cómo se rellenen dichos huecos depende de nuestras actitudes en el momento: por ejemplo, cuando nuestra impresión de una persona es desfavorable, los rumores que difundimos sobre aspectos de sus asuntos —los cuales ignoramos— serán también desfavorables; 4) por último, la propia guerra es una regresión a modelos de conducta más primitivos, un resurgimiento de primitivas fantasías, que pronto se hacen evidentes en el comportamiento de combatientes y no-combatientes en dos ámbitos: el sexual y el agresivo; de hecho, los civiles, que tienen menos oportunidades para desfogarse en la acción, son generalmente peores que los militares, y hay muchos relatos de soldados tras la Primera Guerra Mundial (por ejemplo: *Memorias de un Oficial de Infantería*, de Siegfried Sassoon) que expresan disgusto por el descarado sadismo de los civiles con los que hablaban cuando iban a casa de permiso.

Esta propaganda fue concebida para el consumo de los países aliados y neutrales, y se difundió, en ausencia de la radio, a través de los medios relativamente primitivos que ya hemos mencionado: octavillas, prensa, carteles, discursos y a veces películas. El problema era cómo transmitir ese material a Alemania y demás países enemigos; porque aunque se había dirigido propaganda desde el Cuartel General Aliado a las tropas enemigas combatientes en la primera línea del frente, no fue hasta la creación de Crewe House, en 1918 cuando se hicieron serios intentos de difundir la propaganda entre la población civil de Alemania y del Imperio Austro-Húngaro. Dicha propaganda consistía fundamentalmente en octavillas y panfletos transportados en globos, aviones y granadas de artillería, aparte del sistema de enviar por correo hojas informativas a gente residente en países neutrales que podía reexpedirlas a Alemania. Las noticias así diseminadas en este periodismo tardío de la guerra eran objetivas y verídicas en lo fundamental, y sirvieron (o, al menos, eso se pretendió) para crear una reputación de fiabilidad tanto en lo referente al suministro de información como en lo relativo a la refutación de las versiones alemanas, acusadas de falsas. También se enviaban crónicas a la prensa aliada y neutral que, aparentando presentar desfavorablemente las condiciones de vida de Gran Bretaña, de hecho venían a revelar un estado de cosas bastante mejor que el que había en Alemania, aunque, como señala Lindley Fraser en su estimable libro sobre la propaganda, semejante técnica presuponía que los directores de los periódicos enemigos fuesen mucho menos inteligentes que sus lectores; tenían que ser lo bastante estúpidos como para dejar pasar, por ejemplo, la información de que las amas de casa inglesas estaban indignadas por la introducción de un segundo día a la

semana sin carne cuando en Alemania los días eran tres o cuatro. Por último, al igual que en la Segunda Guerra Mundial, se recabó la ayuda de los agentes secretos que actuaban dentro de los países enemigos para que distribuyeran octavillas (que a menudo pretendían provenir del interior de Alemania o de un país neutral), escribieran consignas o pegaran carteles o pegatinas de contenido revolucionario sobre las paredes de los edificios y difundieran rumores desmoralizadores, a los que la gente es mucho más susceptible cuando está frustrada y perpleja, o ignora lo que está sucediendo en realidad.

El problema de qué decir sobre los objetivos y planes bélicos para el mundo de la postguerra fue al principio un asunto muy serio para Crewe House, pues las intenciones claramente moderadas suelen ser más efectivas que las duras, y cualquiera de ellas más eficaz que la ausencia de intenciones. Sin embargo, el Gobierno británico, preocupado con llevar adelante la guerra y a veces algo confundido con las conflictivas intenciones de los Aliados, no siempre estaba en situación de poder ayudar. Todo el mundo estaba de acuerdo en que Alemania tendría que devolver a Francia Alsacia y Lorena, devolver las zonas anexionadas en el este para poder formar un nuevo estado polaco, además de pagar fuertes indemnizaciones por el daño que había causado. Turquía también tendría que ceder los estados árabes que habían estado bajo su dominio. El Imperio Austro-Húngaro presentaba un problema más difícil, puesto que se podía o bien intentar romper la amistad entre Alemania y Austria haciendo las paces con esta última, o bien fomentar el fraccionamiento del Imperio. Este problema fue resuelto en última instancia al aplicarse el principio del presidente Wilson de autodeterminación para todas las nacionalidades, entre ellas checos, eslovacos, polacos, rumanos y todos los demás pueblos bajo el dominio de Austria.

Desde el punto de vista de la psicología de la propaganda, lo que nos gustaría saber es si se puede afirmar que todos o algunos de tales intentos tuvieron éxito. El profesor Kimball Young, como psicólogo americano, parece no tener dudas de que sí surtieron algún efecto, y escribe: «Puede que lo que George Creel llamaba balas de papel no ganaran la Primera Guerra Mundial, pero ciertamente contribuyeron eficazmente a elevar la moral de los Aliados y minar la de los alemanes.» Lindesmith y Strauss, también psicólogos americanos, califican de «ejemplo sobresaliente» el éxito de la propaganda gubernamental inglesa y americana para meter a los Estados Unidos en la Primera Guerra Mundial, y muchos americanos están sinceramente convencidos de que eso fue realmente lo que ocurrió, aunque otros aseguraran, menos

caritativamente, que el esfuerzo lo llevó a cabo exclusivamente Gran Bretaña, dando a entender que tanto sus métodos como sus intenciones fueron siniestros. Los historiadores piensan, por lo general, de otra forma; Nye y Morpurgo *(A History of the United States)* expresan el punto de vista comúnmente aceptado al decir:

> Los Estados Unidos entraron en la Primera Guerra Mundial del lado de los Aliados por diversas razones, pero hay una que está clara: América no podía permitirse otra postura. Es cierto que los empréstitos americanos al comercio de guerra con los Aliados hicieron que el país tuviese un importante interés financiero en la victoria Aliada... También es cierto que la propaganda británica, frente a la torpeza de la alemana, fue especialmente buena y que la diplomacia británica, en contraste con la ineptitud alemana, fue excelente. Sin embargo, ni los préstamos, ni la propaganda, ni la diplomacia, llevaron a los Estados Unidos a la guerra. El hecho evidente es que los Estados Unidos se dieron cuenta de que no podían aceptar el riesgo de que Alemania suplantara a Gran Bretaña como fuerza hegemónica en Europa.

Las autoridades británicas realizaron inicialmente una campaña sistemática e intensiva en América porque un importante sector de la opinión americana era hostil, en parte por razones de tradición relacionadas con la Guerra de Independencia y en parte porque el bloqueo inglés a los puertos alemanes provocó resentimiento al violar el principio de libertad de navegación; también sería absurdo pretender que Gran Bretaña no quería la entrada de los Estados Unidos en la guerra. Pero América entró por sus propias razones de peso, y aunque tanto la propaganda británica como la americana pudieron ayudar a convencer a los aislacionistas y posiblemente a unir al país en torno a su gobierno, es evidente que no consiguió la beligerancia americana, porque no es así como se deciden los asuntos internacionales.

Es posible que las historias sobre atrocidades incrementaran el odio hacia los alemanes, pero ese odio se lo habían ganado ya los propios alemanes mucho más eficazmente con la ineptitud de su conducta, al realizar acciones que, por muchas ventajas inmediatas que consiguieran, provocaban la enemistad de otras naciones y hacían que la verdad pareciese casi tan mala como la ficción. El bombardeo de la catedral de Lovaina (que supuestamente, y es probable que así fuera, estaba siendo utilizada como observatorio por los Aliados) y la invasión de Bélgica puede que fuesen tácticamente justificables, pero fueron graves despropósitos psicológicos que hicieron que el mundo viera en Alemania al vándalo y al matón; el hundimiento del *Lusitania*, con la pérdida de 12.000 hombres, mujeres y niños (ciento catorce de los cuales

eran americanos) y la ejecución de Edith Cavell fueron tachados casi unánimemente de atrocidades, aunque fuera cierto que el *Lusitania* transportaba armas y que la señorita Cavell era un agente del enemigo. Ejemplos posteriores fueron la declaración de guerra submarina sin restricción y el empleo de gas venenoso, el sabotaje de las instalaciones de guerra americanas y el espionaje en los Estados Unidos, junto con intentos de provocar conflictos en Méjico y en otros países. Tales acciones en América y en Méjico no fueron, claro está, atrocidades, pero inflamaron a la opinión pública americana comò si lo hubisen sido. Es posible que la falta de sensibilidad alemana a las reacciones psicológicas de otras naciones, incluidas las neutrales, hiciera más daño a su causa que cualquier dosis de propaganda aliada, aunque al acabar la guerra los alemanes siguieran diciendo que fue la eficacia de aquélla lo que hizo que la perdieran. Fue utilizada como chivo expiatorio para mantener que su ejército no había sido derrotado en el campo de batalla, sino traicionado en la retaguardia por aquellos que habían permitido que envenenara sus mentes la propaganda británica. Históricamente es completamente falso; hacia el final de la guerra, la moral de la población civil de Alemania era seguramente más alta que la del ejército: el pueblo estaba adormecido por las constantes promesas de pronta victoria y el injustificado optimismo de la propaganda local. La propaganda alemana, en manos de oficiales del ejército de la vieja escuela que no creían realmente en su valor, era verdaderamente inoperante. También ella, a pesar de negarlo después, tuvo sus historias sobre atrocidades, pero su peor fallo fue el estar constantemente a la defensiva, consumiendo buena parte de sus energías en anunciar que la propaganda de los Aliados era falsa e injusta y haciendo laboriosos esfuerzos para corregir lo que consideraban impresiones falsas. Este sistema vulneró una de las primeras normas del propagandista, a saber: que su mensaje tiene que ser siempre positivo, jamás, negativo. El intento de corregir la propaganda «injusta» tuvo el simple efecto de refrescar en las mentes de los receptores las declaraciones originales y de difundirlas entre aquellos que, de otro modo, no hubiesen oído hablar de ellas. Cuanto peor sea la situación de un país, mayor motivo hay para presentar una sugestión positiva de confianza y de indiferencia ante el peligro. Por último, hubo un importante factor técnico que inutilizó en gran parte el efecto de la propaganda alemana en el mundo exterior: en los primeros momentos de la guerra los británicos habían cortado los cables submarinos, que eran fundamentales para la comunicación transoceánica de Alemania. De ahí que la principal agencia de noticias alemana Wolf, no pudiera comunicar, mientras

que las agencias aliadas Reuter y Havas podían hacerlo con todo el mundo.

A pesar de todos estos esfuerzos en ambos bandos para influir en el resultado final de la Primera Guerra Mundial, creemos difícil discrepar de la conclusión a la que llega Lindley Fraser, distinguido experto británico:

> Nuestro veredicto sobre la propaganda británica en Alemania durante la Primera Guerra Mundial ha de ser éste: que si bien fue inteligentemente llevada dentro de sus límites, no afectó decisivamente ni pudo afectar al curso de los acontecimientos.

La Primera Guerra Mundial, con su implacable movilización de los recursos nacionales y con su competencia en los métodos de destrucción, fue la primera guerra total. Quizá se pueda citar el ejemplo de la Guerra Civil Americana, en la que las condiciones fueron en cierto modo similares, pero lo cierto es que la opinión pública apenas intervenía para nada en las guerras del pasado, hechas por soldados profesionales que sentían poca necesidad de saber por qué estaban luchando. La moderna propaganda se hizo necesaria, como señala Raymond Aron *(El siglo de la guerra total)*, porque el soldado y el ciudadano se habían convertido en la misma persona, y la población en general, que se creía a sí misma de natural apacible, pedía a sus dirigentes razones para convertirse en soldado. Demostrar que el enemigo es el responsable absoluto se ha convertido en una especie de tarea gubernamental, y gran parte de la propaganda interna se preocupa no tanto de mantener la moral de las fuerzas combatientes como de sanear la conciencia de toda la nación. Inicialmente, la explosión de fervor patriótico en todos los países combatientes creó una unidad nacional que hizo olvidar las divisiones menores; los primeros éxitos de Alemania redoblaron su espíritu de lucha, al tiempo que hacían aumentar la resolución de franceses e ingleses. Pero en una fase posterior, al quedar prácticamente estabilizado el frente occidental, la resolución dio paso a la resignación y el fervor a la aceptación forzada. En palabras de Aron: «La ideología usurpó el lugar del auténtico sentimiento.» Al principio, las ideologías se adaptaron al país que vivía en la retaguardia, al enemigo y a la población civil neutral, mientras que los combatientes se mataban los unos a los otros sin desprecio ni odio e incluso con una cierta comunidad de sentimientos con respecto a la población civil. Pero a medida que la guerra avanzaba fue necesario estimular el espíritu de lucha de los soldados mediante el empleo de principios tan grandilocuentes y vagos como el derecho de los pueblos a su autodeterminación, la «guerra para terminar la guerra», etc. Ambos bandos sabían

(o decían saber) *por qué* luchaban, pero ninguno supo decir *para qué* luchaba. A nadie le importaba, en 1914, el problema de las nacionalidades oprimidas ni el fin del secreto diplomático, ni la difusión de las ideas democráticas, sino que, para ganarse las simpatías del mundo o para mantener alta la moral en sus propios países, los gobiernos recurrieron a las ideologías a partir de la fase de la intervención americana y de la Revolución rusa; había comenzado la era de las ideologías. Más adelante, al aumentar el costo de las operaciones, se consideró fundamental exagerar los previsibles resultados de la victoria. La guerra total exigía la victoria total, y esto a su vez llevaría al Tratado de Versalles.

Hubo otros fenómenos psicológicos de la guerra, y especialmente de la moderna guerra total, que marcaron los años de 1914-18. La gente, tanto al comienzo de la guerra como con ocasión de diversas victorias militares, tuvo numerosas oportunidades de experimentar la situación de hallarse inmersa en la multitud, situación que era habitual para el soldado (aunque de un modo más disciplinado). Le Bon fue quien señaló por primera vez el siguiente hecho:

> Cualesquiera que sean los individuos que la componen, sea cual sea su modo de vida, sus caracteres o su inteligencia, el hecho de haberse convertido en una multitud les pone en posesión de una especie de mente colectiva que hace que piensen, sientan y actúen de una forma un tanto diferente a como pensaría, sentiría y actuaría cada individuo en un estado de aislamiento.

Le Bon explicaba esto en función de: 1) la sensación de poder invencible que hace más primitiva a la multitud y menos sujeta al control de la conciencia o al temor al castigo; 2) el hecho del contagio o imitación; y 3) la extremada sugestionabilidad de la multitud. Hoy en día nadie piensa ya, en términos de una «mente colectiva» sino más bien en el anonimato del individuo cuando se pierde entre la multitud y en el sentimiento de permisividad que desarrolla cuando la conducta que observa en los demás le hace creer que puede expresar sin temor las emociones y la conducta que en otras circunstancias reprimiría; pero, por lo demás, la descripción de Le Bon sigue vigente. El individuo normalmente aislado disfruta de la sensación de hallarse liberado de las restricciones convencionales y de la conciencia de poder que le proporciona su participación en la multitud, pudiendo expresar opiniones o cometer acciones que en otras circunstancias le habrían avergonzado. Luego está la liberación de un sentimiento de culpa normal (o incluso anormal), al proyectarse toda la culpa de una nación

sobre un enemigo externo, ocurriendo lo mismo con el odio y los resentimientos, que son las causantes de la ruptura de la unidad nacional. Dentro de las fronteras nacionales todo el mundo se vuelve más servicial, más tolerante, más amable con los demás; la moral convencional se derrumba y aumenta el índice de natalidad al tiempo que disminuye el de suicidios y el de neurosis. Al suicida se le permite exteriorizar sus tendencias agresivas, que ya no tendrá que dirigir contra sí mismo; el neurótico puede encajar más fácilmente en una sociedad que es más permisiva y sentirse útil dentro de ella. Los muchos hombres y mujeres que desempeñan trabajos frustrantes, o que entán en paro, o que viven situaciones de frustración en sus hogares, encuentran un nuevo aliciente en la vida y, posiblemente, otro trabajo o nuevos amigos y logran deshacer lazos familiares que soportaron contra su voluntad. En tanto en cuanto las noticias sobre los hechos reales no son dadas a conocer o son censuradas, corren los rumores, pero para hacer frente a tal situación están las bandas militares, los himnos patrióticos, los impetuosos discursos para levantar la moral y una legión de políticos y clérigos dispuestos a asegurarnos que Dios está de nuestro lado. Aunque todas estas emociones y ventajas psicológicas van y vienen con los cambios de fortuna en ambos bandos, probablemente no erraríamos al afirmar que constituyen algunas de las razones por las que muchos hombres y mujeres desean inconscientemente la guerra (por lo menos hasta ahora). Recién concluida la Primera Guerra Mundial eran muchos los que estaban dispuestos a admitir que para ellos la vida no había tenido nunca más plenitud y mayor sentido que cuando combatían contra los alemanes. Desaparecían las inhibiciones y las dudas y se les daba plena expresión a las primitivas pasiones de odio por un grupo y amor por otro. Además, era posible concentrarse sin reservas en una sola actividad. La identificación con un fin grandioso barrió la pequeñez y el egoísmo de su vida cotidiana y les permitió alcanzar una sensación de integración personal y de autenticidad desconocidos hasta entonces. Fue este fenómeno el que hizo que Freud comenzara a hablar, en 1918, de un instinto innato de destrucción al que bautizó con el nombre de «instinto de muerte». Para Freud, existen dos tendencias o instintos igualmente poderosos: el uno es el instinto de vida o Eros, el otro, Tanatos, tiende a la destrucción irracional y a la muerte. Cuando el instinto de muerte se dirige contra objetos del exterior se manifiesta como un incitamiento a la destrucción, mientras que, en el interior del individuo, su fin sería la autodestrucción. En definitiva, la teoría del instinto de muerte viene a decir que tenemos que destruir a los demás si queremos

evitar destruirnos a nosotros mismos. Esta teoría no postulaba la inevitabilidad de la guerra, pues existen muchas otras formas físicas y psicológicas de destrucción y de autodestrucción total o parcial (por ejemplo: odios y prejuicios sociales, afición a las drogas, bebidas, propensión a los accidentes), pero Freud dudaba mucho de la posibilidad de acabar con las guerras a no ser que, según la terminología de la época, se constituyese una fuerza superior del tipo de una Liga de Naciones armada. Se trata de una teoría pesimista que no ha sido generalmente aceptada; sin embargo, el hecho de que la agresión proyectada al exterior se vuelve contra el propio grupo cuando cesa la guerra activa o cuando el entusiasmo se convierte en aburrimiento a medida que los nuestros parecen ir perdiendo, explica muchos de los fenómenos psicológicos de la guerra; la ruptura de la unidad nacional y la reaparición de la lucha de clases, la división de los antiguos grupos de aliados y el retorno del sentimiento de culpa con relación a la conducta en la guerra, son todos ellos resultados de postguerra que hemos observado por dos veces en una misma generación.

Las conclusiones extraídas de la experiencia de la Primera Guerra Mundial fueron estas: aunque en 1918 se soltaron más de 2.000 globos de propaganda por semana, cada uno con 1.000 octavillas, y sólo en el mes de octubre del mismo año se arrojaron sobre Alemania 5.360.000 octavillas, su efecto combinado fue relativamente escaso y la moral de la población civil dependió mucho más de los éxitos y fracasos en el frente o de los racionamientos de víveres que de cualquier esfuerzo de los propagandistas. También se demostró que la propaganda que miente traiciona a largo plazo su objetivo, porque aun cuando la mayoría del público queda momentáneamente convencido, la minoría que queda sin convencer se mostrará hostil y desconfiada, y cuantas más mentiras se digan más crecerá esa minoría. Por eso, con el advenimiento de la radio, la política de la BBC durante la Segunda Guerra Mundial se basó en los principios fundamentales de verdad y coherencia; en otras palabras, como dice Lindley Fraser:

> No digas nada que no creas que se ajusta a los hechos tal y como los conoces; y en segundo lugar, no digas nada, a un país o a un público dado, que no sea o no parezca coherente con lo que le estás diciendo a cualquier otro país o público.

Tales principios, como indica Fraser, no eran ni farisaicos ni hipócritas, sino que venían aconsejados por la experiencia en la Primera Guerra Mundial. La BBC, ante la inmensa barrera de propaganda levantada por los países fascistas, había acudido tarde a la lucha, por lo que se refiere al período de entreguerras, y

su primer intento en este sentido fue un programa en árabe para contrarrestar la propaganda antibritánica hecha por los fascistas en el Oriente Medio y en Africa del Norte. Posteriormente, en el mismo año, se hicieron programas en español y portugués dirigidos al público latinoamericano, seguido de programas en francés, alemán e italiano para Europa. Hasta el año 1941 ó 42 las emisiones para extranjeros de la radio británica no se convirtieron en una fuerza real a tener en cuenta por el enemigo. Fuerza que, en potencia, era aún más formidable porque, a diferencia de las condiciones de la Primera Guerra Mundial, el enemigo se había cerrado casi por completo a la informàción verídica desde años antes de que comenzara la guerra, y por consiguiente era probable que la propaganda tuviese un efecto tanto más poderoso. La información no se difundía, por supuesto de forma totalmente imparcial; por ejemplo, aunque no se hacía ningún esfuerzo para minimizar los desastres, se señalaban las pérdidas sufridas por el enemigo para conseguirlos y se hacía hincapié en que la guerra continuaría hasta la victoria final, por mucho que se hiciera esperar, con las consiguientes pérdidas, que serían tanto mayores en ambos bandos. Aquello contradecía a la propaganda local alemana, empeñada en proclamar que la victoria sería a corto plazo, con lo que, a medida que pasaban los años, se hacía más evidente la vacuidad de tal promesa. Por último, al igual que en la Primera Guerra Mundial, sólo que mucho más acusadamente, los alemanes emprendieron acciones que horrorizaron a todo el mundo libre y que hicieron surgir «esa profunda y gélida desconfianza que suscitan los alemanes cada vez que tienen el poder en sus manos», lo que Nietzsche había descrito como «la consecuencia de ese miedo enorme y horrible con el que Europa ha temido durante largos siglos la cólera de la rubia bestia teutónica».

El Departamento de Noticias para Ultramar de la BBC, en su afán de asegurar la coherencia, evitó en la medida de lo posible esos dos trucos del propagandista que, aunque no suponen necesariamente decir mentiras descaradas, pueden ser una forma solapada de mentir: la selección de noticias y el aumento o disminución de la importancia aparente de los acontecimientos de acuerdo con la postura de cada cual. La preparación y revisión de todos los boletines de noticias estaban centralizadas, de forma que, sin ser necesariamente las mismas (a los italianos, por ejemplo, se les daban más noticias sobre lo que estaba ocurriendo en el norte de Africa que sobre lo que sucedía en la Noruega ocupada), se evitaba la propaganda tendenciosa. A veces, claro está, se deslizaban errores derivados de información confusa suministrada por los departamentos de programación, pero que eran corregidos

tan pronto como se descubrían. Dentro de estos límites, se esperaba deprimir al adversario, dividir y enfrentar entre sí a las fuerzas enemigas y animar a los amigos. Durante los primeros meses de la guerra se trató de establecer una distinción entre los nazis y los militares, por un lado, y el pueblo alemán, por el otro, con el eslogan: «Ciertamente deseamos la paz con el pueblo alemán; la paz con los nazis, jamás», pero pronto se comprendió que la oposición en Alemania era una minoría pequeña y débil y desde entonces se adoptó un sistema más agresivo. No es que los boletines de noticias fuesen interesantes y entretenidos, sino todo lo contrario; pero el tono general de sobriedad demostró impresionar más en su impasibilidad, a aquellos que ya estaban ensordecidos por su propia propaganda y desconfiaban de ella.

Por otra parte, las actividades de contrapropaganda de la BBC eran de naturaleza bastante diferente a la de sus boletines de noticias. Se satirizaba a los dirigentes nazis y fascitas y se hacían chistes sobre sus excentricidades, sus exageraciones y sus promesas incumplidas. La BBC archivaba y reemitía grabaciones de los discursos de esos dirigentes en las que quedaban patentes sus incongruencias. Se cuidaron en especial detalles tales como emitir el programa para la Francia ocupada a través de locutores franceses, mientras que el programa con comentarios políticos en alemán lo hacía un inglés para eludir la acusación (como ocurrió cuando los alemanes emplearon a hombres como «Lord Haw-Haw») de que la información no era de fiar porque la presentaba un traidor, y posiblemente judío. Con los otros países enemigos, como Italia, Bulgaria, Hungría y Rumania, se siguió un método distinto, basándose en la idea de que el pueblo no tenía gran interés por la guerra y que era conducido a un sacrificio innecesario por las camarillas fascistas dirigentes; se les animó a creer (y era verdad) que los alemanes los despreciaban y que sólo querían utilizarlos para sus propios fines. Es imposible determinar la eficacia de la propaganda británica; se sabe, sin embargo, que fue escuchada por millones de personas en la Europa ocupada y en Alemania y que los alemanes trataron de interferir las transmisiones. Lindley Fraser lo resume así: 1) el Ministro de Propaganda del Reich exageró su eficacia, en parte por la fe que Hitler tenía en la propaganda y en parte por el aparente éxito de la propaganda nazi en Alemania; 2) la propaganda de la BBC tuvo, indudablemente, resultados a largo plazo en el sentido de modificar los sentimientos del radioescucha alemán, pero no consiguió que éste modificara su comportamiento; 3) una vez más, como en la Primera Guerra Mundial, la contrapropaganda británica consiguió desenmascarar a la propaganda alemana —pero no tanto por sus propias virtudes

como por los errores de sus oponentes—. Los dos errores cardinales de los alemanes fueron los mismos que cometieron en la guerra de 1914-18: en primer lugar, se ganaron la enemistad de todo el mundo por la brutalidad de su comportamiento real; en segundo lugar, dejaron que su propia propaganda estuviese constantemente a la defensiva. Por ejemplo, se atacó frecuentemente a los comentaristas de la BBC citándolos por sus nombres y demostrando que se escuchaba lo que decían, lo que va en contra del principio fundamental de la propaganda según el cual ésta debe de estar constantemente al ataque y presentar exclusivamente su propia versión de los hechos. Como hemos visto, el atacar las declaraciones del enemigo, a no ser que se esté en una posición de mucha fuerza, sólo sirve para llamar la atención sobre esas declaraciones y crear la impresión de que «no hay humo sin fuego». La otra ocasión en la que está justificado el asumir una posición defensiva es cuando el ataque del enemigo es tan aplastante que la respuesta sólo puede hacer más bien que mal. El Ministerio de Propaganda que dirigía Goebbels aprendió estas lecciones cuando ya era demasiado tarde. Una vez más es evidente que el efecto de la propaganda en el enemigo fue menos importante que la influencia de los éxitos o fracasos militares y de otras circunstancias del frente. La propaganda británica tampoco logró sublevar a los involuntarios aliados de Alemania, aunque es indudable que desempeñó un papel importante en la coordinación de los esfuerzos de los movimientos de resistencia en los países ocupados y en el mantenimiento de la moral.

En 1942 se unió a la BBC la maquinaria propagandística americana, que inicialmente operó desde Nueva York y San Francisco. En 1944 se estableció en Londres la recién creada A.B.S.I.E. (*American Broadcasting Station in Europe*) y comenzó a emitir los programas americanos de la «Voz de América» junto con material realizado en Londres. Más tarde, con la invasión del norte de Africa primero y de Normandía después, se estableció un Comité conjunto para la Guerra Psicológica, dirigido por personal civil pero bajo la responsabilidad directa del Cuartel General Aliado a las órdenes del general Eisenhower, comenzando de nuevo la edición masiva de octavillas, esta vez con mejores resultados (tras haberse establecido la línea del frente) que las anteriores. Hay que recordar que, especialmente durante los primeros meses de guerra, se habían arrojado sobre territorio enemigo octavillas o panfletos transportados en aviones o en globos, pero sin que surtieran efectos positivos, pues evidentemente debieron de ser muy pocos los que alcanzaron su objetivo y, al estar impresos, algunas veces carecían de actualidad cuando llegaban a estar listos

para su distribución. Sin embargo, la distribución de octavillas en el frente, arrojándolas desde aviones o lanzándolas en proyectiles de artillería, era algo bastante diferente; los mensajes que llevaban se preocupaban menos de los principios generales de coherencia y sinceridad y sólo eran verídicos en lo relativo a asuntos sobre los que el enemigo poseía información contraria. Se daba a entender que los alemanes y sus aliados estaban perdiendo la guerra, que lo único que podían esperar de la presente campaña era la rendición o la muerte, que sus mandos eran incompetentes y cobardes, que no era deshonrosa la rendición en una situación desesperada y, por último, que aquellos que se rindieran serían bien tratados según las normas de la Convención de Ginebra. Esta última afirmación se hacía para salir al paso de la propaganda alemana, según la cual los americanos e ingleses maltrataban a los prisioneros de guerra. Una octavilla muy común tenía la forma de «salvoconducto para atravesar las líneas aliadas» y, aunque quizás apenas influyese en el trato dado a los prisioneros de guerra, fue utilizada a menudo por los desertores. También se emplearon los altavoces para difundir alocuciones públicas en las que se les explicaba a los soldados enemigos cuáles eran las mejores formas de rendirse con menos riesgo, mensaje que solían ir acompañados de declaraciones de desertores explicando las razones por las que no se arrepentían de haberse rendido. Como es natural, no existe ningún método para determinar de fijo cuántos hombres fueron inducidos a desertar por este sistema, pues no había modo de averiguar con exactitud el por qué de cada deserción parece ser, sin embargo, que en las campañas de Italia y el norte de Africa hubo millares de deserciones, especialmente cuando el enemigo se encontró entre la espada y la pared y con la moral minada. Los alemanes hicieron poco uso de octavillas y material impreso, porque su método relámpago *(Blitz krieg)* lo hizo innecesario en los primeros meses de guerra. Los aliados, tras la invasión del norte de Africa y de Europa, estuvieron continuamente a la ofensiva, y de poco puede servir que se distribuyan panfletos invitando a la rendición en un ejército que avanza impetuoso y con la moral alta. Lo absurdo del planteamiento alemán se hace patente en un ejemplo citado por Fraser: Un oficial alemán al mando de un sector del frente de Italia fue atacado por medio de acusaciones personales contenidas en unas octavillas redactadas en alemán y arrojadas entre sus tropas. Su reacción fue mandar imprimir octavillas redactadas en inglés en las que rechazaba dichas acusaciones. Parece que no se le ocurrió que tales acusaciones sólo les podían interesar a sus propios hombres y que, al defenderse de ellas en octavillas dirigidas a los soldados británicos, lo único que conseguía era

difundir un rumor del que quizás sus hombres no habían oído hablar hasta que él decidió informarles.

Por último, tanto los alemanes como los aliados hicieron uso de la propaganda «negra» durante la Segunda Guerra Mundial, es decir, de propaganda que trata de ocultar su origen. Durante los primeros meses de la guerra los nazis dispusieron de por los menos tres emisoras de radio que intentaban dar la impresión de estar situadas en algún punto de la Gran Bretaña. Ninguna de estas emisoras llegó a tener gran audiencia y, como sólo podían emitir durante algunas horas al día, es de suponer que no surtieron gran efecto. Una de ellas, llamada Radio Caledonia, era la supuesta voz del nacionalismo escocés que hablaba en contra de Inglaterra; otra, conocida por la emisora del Desafío Obrero *(Warkers Challenge Station)*, ponía en el aire opiniones heterodoxas de izquierdas, mientras que la tercera, la Nueva Emisora Británica de Radiodifusión *(New British Broadcasting Station)*, radiaba boletines de noticias y comentarios al estilo de los de la BBC, pero veladamente progermanos. Durante los primeros nueve meses de guerra hubo también emisoras secretas transmitiendo para Francia, que es probable que tuvieran más éxito. No parece que los aliados utilizaran la radio «negra» hasta el último período de la guerra, cuando hizo aparición la *Soldatsender Calais* (más tarde *Soldatsender West)*, que daba a entender que sus programas los hacían soldados alemanes para sus compañeros del frente occidental. Al mismo tiempo, se arrojaban sobre las líneas alemanas panfletos en forma de periódicos, también presuntamente redactados por alemanes para alemanes. Estas emisiones y panfletos no se sujetaban a las normas de honestidad y coherencia que observaban los servicios europeos de la BBC y tenían, además, la ventaja de que los radioescuchas y lectores alemanes que eran sorprendidos podían alegar fácilmente que desconocían la fuente de la información. Como indica Sefton Delmer, encargado de organizar la sección de radio «negra», en su libro *Black Boomerang*, este tipo de actividad se basaba en la presunción de que, en una sociedad totalitaria, la subversión se extiende de manera óptima a través de una supuesta fuente oficial, por lo que, en esa medida, no es propaganda en la acepción normal de la palabra. Si hubo alemanes que admitieron opiniones y órdenes creyendo que provenían de fuentes oficiales, se limitaron a seguir una conducta consecuente con su comportamiento anterior, obedeciendo a los que creían sus superiores. A través de emisoras «oficiales» se enviaron mensajes que sembraron la confusión entre las tripulaciones de los submarinos y entre las fuerzas de la Wehrmacht en Europa occidental; hacia el final de la guerra, Delmer consiguió introducirse mediante un potente emisor de

onda media en el radio de acción de las emisoras oficiales alemanas y comenzó a emitir falsas órdenes que hicieron que miles de refugiados inundaran las carreteras de Alemania. Además de las octavillas, la RAF arrojó cartillas de racionamiento falsificadas y se emplearon muchos otros sistemas ingeniosos. Aparte de las emisoras «oficiales» había una emisora que se confesaba «subterránea» y que, siguiendo tácticas propagandísticas más convencionales, jugaba la baza del típico patriotismo derechista germano, pretendiendo demostrar que, aunque nada había de malo en los objetivos de Alemania, los nazis no eran las personas más indicadas para lograrlos. Se trata, como ya hemos visto, de la vieja técnica de seguir la corriente de las actitudes que ya existen para desviarlas sutilmente; con ese fin, la emisora presentaba a *der Chef*, vociferante militarista de la vieja escuela, ultrapatriota y grandilocuente, que acusaba a los nazis de ser la escoria oportunista bolchevique. A los oficiales nazis se les imputaban toda clase de abusos y se inventaban detalles difamatorios, especialmente perversiones sexuales; también se «revelaban» por la radio detalles reales o imaginarios de la vida privada y profesional de los hombres de negocios neutrales que se creía que comerciaban con el enemigo. Tales métodos acabaron por sembrar el caos en grandes zonas del país, y hubo millones de personas que ya no sabían si las órdenes que obedecían provenían de Goebbels o de la propaganda británica. Pero, a pesar de estos éxitos, Delmer nunca se hizo grandes ilusiones; siempre opinó que sus actividades no eran un puro complemento de las operaciones militares.

Muchos de los programas dirigidos por el enemigo a los soldados aliados utilizaban reclamos de tipo sexual o musical para llamar la atención sobre el mensaje propagandístico. Un ejemplo de este método fue el intento japonés de suscitar el interés de los soldados americanos distribuyendo octavillas que en un lado mostraban imágenes pornográficas y en el otro presentaban el mensaje propagandístico. Los alemanes hicieron un uso similar del sexo, en ocasiones ligándolo directamente al tema del mensaje; una octavilla mostraba a una mujer medio desnuda que era acariciada por un soldado americano; el mensaje contenía un aviso a los soldados británicos que luchaban en el continente advirtiéndoles de que los soldados americanos estacionados en Inglaterra estaban seduciendo a sus mujeres y novias mientras los ingleses morían en Francia. De forma similar, «La Rosa de Tokio» intentó conseguir algún efecto en los frentes japoneses haciendo chistes y alusiones de doble sentido sobre el sexo e imitando bastante bien el estilo de los programas radiofónicos americanos. Todas las potencias del Eje trataron de imitar en un momento o en otro las prácticas

radiofónicas al uso en los Estados Unidos, insertando su propaganda en los espacios musicales a modo de publicidad comercial. Otro intento de atraer la atención —sistema utilizado en ambos bandos— fue el dar por la radio los nombres de los prisioneros capturados, el de los soldados encontrados muertos en el campo de batalla o el de los marinos hallados en las playas; dichas listas se insertaban frecuentemente en los programas de noticias o en las charlas propagandísticas, y demostraban ser, no hay ni que decirlo, altamente eficaces a la hora de conseguir oyentes Por ejemplo, en 1942, cuando los americanos esperaban ansiosos cualquier tipo de noticia, Radio Tokio utilizó ese sistema; el resultado fue que los radioaficionados de la costa occidental americana empezaran a convertir su hobby en negocio, ofreciendo información a las familias previo pago de una cuota. Finalmente, las autoridades del Gobierno se vieron obligadas a interrumpir dicha práctica, telegrafiando extractos de noticias a las familias interesadas y advirtiéndoles que la información provenía de emisoras enemigas. Según Doob, cuando la emisora Radio Luxemburgo cayó en manos de los Aliados, los americanos y británicos iniciaron un programa titulado «Cartas que usted no recibe» en el que una voz femenina, citando nombres, leía resúmenes de las cartas de amor encontradas en los cadáveres de los soldados alemanes caídos en la batalla. Parece ser, sin embargo, que este programa desapareció rápidamente en interés del buen gusto.

La principal diferencia entre la propaganda de la Segunda Guerra Mundial y de la Guerra de 1914-18 fue, naturalmente, la posibilidad de hacer uso de la radio. Pero, a pesar de todo, las dificultades técnicas fueron grandes, porque aunque teóricamente las ondas de radio no respetan las fronteras nacionales ni las fortificaciones, la recepción en determinadas zonas —incluso bajo condiciones atmosféricas ideales— solía ser dificultosa y en ocasiones ininteligible. Tal era el caso de los americanos, cuyas emisiones a Oriente tenían que hacerse en una longitud de onda durante seis meses y en otra distinta durante el resto del año. Incluso cuando las ondas alcanzaban su objetivo, había varias formas de evitar que la gente escuchara su mensaje; en Alemania, escuchar programas enemigos era un delito capital, aparte de que muchos receptores de radio alemanes y japoneses sólo podían captar las emisoras locales; se podían interceptar las ondas; en la Unión Soviética, se confiscaron los aparatos de radio al declararse la guerra y se reemplazaron por instrumentos capaces de recibir únicamente los programas transmitidos a través de hilo telefónico por las emisoras oficiales soviéticas. También las octavillas, a no ser que se dirijan a las tropas de la primera línea del frente, constituye

un sistema de muy pocas garantías. Con todo, la principal deducción a sacar de este capítulo es que, por lo general, la propaganda sólo tiene éxito cuando se dirige a aquellos que están dispuestos a recibirla, a absorber la información y, de ser posible, a actuar en consecuencia, lo que ocurre únicamente cuando el otro bando está bajo de moral y está perdiendo la contienda. Por lo que respecta al soldado, la propaganda política es una pérdida de tiempo, porque, como han demostrado Edward Shils y Morris Janowitz en su estudio sobre el ejército alemán, los soldados se mantienen unidos más que por cualquier dogma político por su estrecha avenencia de lealtad a sus propios grupos primarios. En condiciones normales es muy difícil persuadirlos para que deserten, pues cada hombre está integrado en un grupo primario cuyos miembros dependen los unos de los otros para la amistad y para los otros sentimientos que mantienen la moral. Los que desertaron en esas condiciones eran hombres socialmente aislados que no habían logrado su integración en el grupo. La propaganda Aliada en el frente se hizo más eficaz cuando abandonó el énfasis político y empezó a cargar las tintas en temas como la supervivencia individual o de grupo y la desesperada situación de algunas tropas. Semejante propaganda presionaba sobre el grupo primario, y el mensaje de la octavillas era de tal naturaleza que hacía que los hombres comenzaran a hablar entre ellos de lo lamentable que era su situación militar, de su deseo de permanecer con vida para bien de sus familias y de lo razonable que era una rendición honrosa. El grupo primario es el que da cohesión a las actitudes y opiniones y, por consiguiente, el centro que con más eficacia puede ser atacado; de ahí que todos los movimientos revolucionarios hayan luchado contra la familia. Pero, en conjunto, nuestra conclusión ha de ser que las acciones tienen más fuerza que las palabras, y que la posición estratégica real del enemigo es más importante para determinar sus actitudes que cualquier volumen de propaganda; la propia mente es un filtro que sólo deja pasar los mensajes para los que está preparada, a no ser que la realidad ejerza una presión tan fuerte sobre ella que acabe por arrollarla. Además, se trata de un filtro coloreado que no sólo substrae, sino que, en especial cuando se ignora el verdadero estado de cosas, añade y colorea con su propio espectro particular cuantos datos de información le llegan. La propaganda de guerra puede cambiar a menudo las actitudes, pero a no ser que la situación real sea catastrófica, raramente cambia la conducta; y la propaganda que no conduce a la acción es en gran parte un fracaso.

5. La propaganda política

La política es uno de los campos en los que la propaganda desempeña un papel más importante, y el lugar más indicado para observar este fenómeno es en aquellas zonas del mundo donde el cambio político ha sido revolucionario. Evidentemente, el término «revolucionario» es bastante vago y ha sido empleado por lo menos en tres sentidos, todos los cuales, sin embargo, implican que el cambio ha sido rápido y, si no necesariamente violento, ha sido acompañado en cualquier caso de una ruptura considerable con la forma de sociedad previamente existente. Hay un tipo de revolución que consiste en un brusco cambio político en la forma de gobierno, como la Revolución francesa y la rusa; otro tipo consiste en un brusco cambio natural, como el que produjo la reforma protestante; y un tercer tipo que consiste en un cambio de todo el orden social, de sus instituciones fundamentales, de sus clases y de todo el conjunto de actitudes y costumbres de un pueblo, producido principalmente por las innovaciones técnicas, como en el caso de la llamada Revolución Industrial. Los marxistas afirman que toda revolución, y de hecho todo cambio social, se produce por alteraciones de las relaciones económicas en el seno de una sociedad; para ellos, toda revolución que no provenga de abajo es por definición «contrarrevolución». Por eso, en su opinión, la revolución rusa es una revolución

propiamente dicha, porque fue la revolución de las masas proletarias, mientras que los movimientos nazi y fascista eran contrarrevoluciones orquestadas por el capitalismo decadente para cortar el paso al proletariado ascendente.

Aquí nos referimos a cualquier sublevación brusca, sea o no contrarrevolucionaria, pues es obvio que las revoluciones las pueden hacer tanto los privilegiados como los no privilegiados. Tanto la Revolución Industrial como el cercado de las fincas en los siglos XVI y XVII se debieron a la iniciativa de los ricos de Inglaterra. En este caso, la prosperidad de la industria de la lana, y, por consiguiente, la mayor rentabilidad de la ganadería sobre la agricultura tuvieron por consecuencia que los terratenientes expulsaron a sus colonos y cercaron las tierras de uso comunal, produciéndose así un profundo cambio en la estructura social y económica del país. Sin embargo, no fueron movimientos políticos en el sentido más estricto, y por lo tanto no nos ocuparemos más de ellos, aunque suele ser difícil (como en el caso del sionismo) trazar una línea divisoria; el sionismo tenía las tres características de las revoluciones políticas: dirigentes (que generalmente no son políticos profesionales), masas descontentas y un aparato propagandístico que, según parece, ayudaba a inclinar la balanza de un lado o de otro. Parece que la propaganda ejerce más influencia en una sublevación política que en cualquier otro terreno; por eso es necesario estudiar más profundamente este tipo de revolución.

En contra de las creencias del determinismo marxista, parece más bien que cuando los pueblos están dispuestos a hacer un movimiento de masas suelen estar dispuestos a realizar cualquier movimiento que tenga posibilidades de resultar efectivo y no sólo aquellos que vayan unidos a una determinada doctrina o a un programa en particular. En la Alemania anterior a Hitler no se podía saber con certeza si la juventud inquieta del país apoyaba a los comunistas o a los nazis; y en las circunstancias de la Rusia zarista, la juventud judía estaba madura, bien para la revolución comunista, bien para el sionismo. El doctor Chaim Weizmann cita unas frases de su madre en su autobiografía *Trial and Error:* «Pase lo que pase, saldré bien parada. Si Samuel [el hijo revolucionario] tiene razón, todos seremos felices en Rusia; y si la tiene Chaïm [el sionista], entonces iré a vivir a Palestina.» El comunismo y el fascismo, o el nazismo, aunque son polos opuestos en cuanto a su contenido intelectual, son muy similares en un aspecto: ambos tienen un atractivo emocional para el tipo de personalidad que obtiene placer sumergiéndose en un movimiento de masas y sometiéndose a una autoridad superior. Por eso

pudo decir Hitler: «El socialdemócrata pequeño-burgués y el cabecilla sindical no serán nunca nacionalsocialistas, pero el comunista siempre podrá serlo.» Roehm, uno de sus secuaces, alardeaba de ser capaz de convertir a un comunista en nazi en cuatro semanas. Al mismo tiempo, F. A. Voigt señala que el comunista Karl Radek consideraba que los «camisas pardas» nazis de las S.A. eran una reserva para un futuro reclutamiento comunista. Se ha dicho frecuentemente que las campañas de predicación de los Wesley salvaron a Gran Bretaña de los movimientos revolucionarios que afectaron prácticamente a todo el resto de Europa; y efectivamente la primitiva organización de la Iglesia Metodista tuvo muchas de las características de un movimiento revolucionario. Parece deducirse que: *a*) todos los movimientos de masas reclutan sus seguidores entre los mismos tipos humanos y atraen a personas con una mentalidad determinada; *b*) tales movimientos son a menudo competitivos, de manera que cuando uno de ellos consigue atraer a más miembros suele ser a costa de los miembros de los demás; y *c*) todos los movimientos de masas son intercambiables, cualquiera de ellos se puede transformar en otro cualquiera. Un movimiento religioso se puede convertir en una revolución social o en un movimiento nacionalista; una revolución social se puede transformar en un nacionalismo militante religioso; un movimiento nacionalista puede llegar a ser una revolución social o un movimiento religioso. Así el Islam, que comenzó siendo un movimiento religioso, se convierte en un movimiento social, y, en última instancia, nacionalista; la revolución social de Kemal Atatürk en Turquía se convierte en un movimiento nacionalista; lo que iba a ser una revolución social en Inglaterra se transforma en el metodismo de Wesley. Como un movimiento político de masas tiene que competir con otras exigencias de lealtad, inicialmente se opone tanto a la religión como a la familia, organismos sociales que atraen las emociones más profundamente enraizadas. Por eso los nazis, los nacionalistas turcos, los revolucionarios franceses y los comunistas rusos y chinos son o fueron antirreligiosos o intentaron substituir la religión original por la suya propia. Los nazis y los comunistas crearon sus propios santos, sus propios ritos, su índice de libros oficiales y de libros prohibidos, su propio código de conducta, sus himnos y cánticos, y la Revolución francesa inició una religión totalmente nueva que elevó altares por todo el país con la inscripción: «El ciudadano nace, vive y muere por la Patria.» Los comunistas rusos se preocupan de reinterpretar sus libros canónicos según va cambiando las circunstancias e incluso de volver a escribir la historia cada pocos años, pero de esto ya hablaremos más adelante. En los primeros años de la revolución

la familia sufre los ataques del nuevo sistema y se instiga la denuncia contra parientes hasta que se puede contar con la lealtad de todos los ciudadanos: a partir de entonces disminuyen los ataques —señal evidente de que la revolución ha alcanzado ya su cenit.

El ardor revolucionario que pone en marcha movimientos de masas es un fenómeno interesante, y suponer que es sólo producto de las condiciones de miseria es una opinión demasiado simple, pues, de ser así, habría revoluciones sociales en la mayor parte del mundo. Ni la miseria crea automáticamente el descontento, ni el grado de descontento es proporcional al grado de miseria; por el contrario, el descontento es mayor cuando han mejorado las condiciones de los miembros de la población originalmente rechazados o cuando han empeorado las condiciones de los más privilegiados. Paradójicamente, cuanto más alcanzable sea el fin mayor es la insatisfacción por no haberlo alcanzado. Alexis de Tocqueville, en su estudio sobre la Francia prerrevolucionaria, señala que las condiciones del pueblo llano nunca habían mejorado tan rápidamente como en los veinte años anteriores al cataclismo y, sin embargo, «los franceses, cuanto mejor era su situación, más intolerable la consideraban». No son los pobres de solemnidad, que están acostumbrados a su condición, ni los pobres respetables los que hacen las revoluciones, sino los «nuevos pobres», los que han mejorado su condición o han empeorado repentinamente. Por eso fue la clase media en ascenso la que hizo la Revolución francesa; y en Inglaterra fue la pequeña aristocracia rural venida a menos, junto con los antes ricos campesinos que habían sido desposeídos de sus tierras por los cercados y convertidos en obreros urbanos asalariados, los que pasaron a engrosar las filas del nuevo ejército de Cromwell. La miseria más abyecta o el espíritu totalmente aplastado no traen, por consiguiente, las revoluciones. En una sociedad donde perdura la institución de la esclavitud, los alborotadores son los esclavos nuevos y los libertos. Tampoco es un revolucionario la persona satisfecha. El hombre religioso satisfecho con sus creencias, el experto artesano con su trabajo creativo, el típico miembro de los grupos intermedios de la población en la actualidad, o incluso el individuo mental y físicamente sano, no son los que ocasionan los problemas.

Los líderes revolucionarios pertenecen a las categorías de los repudiados, los grupos minoritarios, los socialmente inadaptados, los desequilibrados mentales, los ambiciosos de poder (para compensar los sentimientos de incapacidad), la envidiosa clase media baja, los ex militares descontentos y los egocéntricos que han perdido la fe en sí mismos. Para ellos, un movimiento de masas

insurgente tiene sus atractivos, no sólo por razón de su doctrina, sino porque puede curar sus frustraciones liberándoles de su yo fracasado y sumergiéndoles en un conjunto social estrechamente entretejido y seguro. Tales personas puede que hablen en nombre de la libertad, pero su verdadera motivación, como dice Erich Fromm, es su «miedo a la libertad». La salud física quebrantada actúa a menudo de la misma forma, y Emerson (¿o fue Carlyle?) ha escrito en este sentido que el hombre que padece problemas intestinales se pone a cambiar el mundo. Hitler, Napoleón y Stalin (que siempre decía de sí mismo que era un «asiático») fueron todos ciudadanos de países distintos a los que luego llegarían a gobernar, casi todos ellos eran de baja estatura y provenían de familias pobres y «marginadas». Por encima de todo, ninguno de ellos era un político profesional, pues, para el revolucionario, la experiencia política es un *hándicap*. Tiene que tener una fe fuera de lo corriente en las posibilidades del futuro y es mejor que ignore totalmente las grandes dificultades con las que se tendrá que enfrentar. El político con experiencia, como Von Papen en Alemania, entra en acción cuando el movimiento está ya en marcha, y cuando una revolución empieza a atraer a gente de ese tipo es porque se ha hecho conservadora e intenta preservar lo conseguido en vez de crear algo nuevo. Según Hitler, experto en la materia:

> Cuanto más puestos y más cargos tenga que distribuir un movimiento, más inferior será el tipo de personas que atraiga, y al final, si el partido tiene éxito, esos ladillas de la política lo habrán invadido de tal manera que el honrado luchador de los primeros días ya no reconocerá al primitivo movimiento. Cuando tal cosa sucede, la misión del movimiento ha terminado.

En su imperiosa necesidad de autoexpresión, el líder, al igual que el pueblo, puede mostrarse polimorfo en su búsqueda de una causa; Mussolini pasa por el socialismo antes de hacerse fascista, y el patético traidor William Joyce se hace nazi porque, como señala Rebecca West, «fue su amor por Inglaterra el que hizo que con el tiempo se fuera inclinando hacia el fascismo». En su solicitud de ingreso en la Universidad O.T.C. de Londres, Joyce escribió en cierta ocasión (y no hay motivo para dudar de su sinceridad): «Como joven de pura ascendencia británica, algunos de cuyos antepasados han ocupado altos cargos en el Ejército británico, siempre he deseado dedicar la poca capacidad y energía que pueda tener al país que tanto quiero.» La conversión de San Pablo, lejos de ser extraordinaria, es algo muy corriente entre revolucionarios en ciernes.

Pero no ya sólo los revolucionarios, sino también los políticos, en general, tienen personalidades y motivaciones que merecen un estudio más profundo. Como observa Harold Lasswell en su *Psychopathology and Politics*, el único libro, de los que conozco, que investigue realmente los ocultos motivos de los políticos americanos (anónimos): «Nuestros esquemas convencionales de la "motivación política" parecen curiosamente distantes de la múltiple realidad de la vida humana cuando descubrimos los fundamentos privados de los actos públicos.» No basta con saber que Rousseau sufría de paranoia, que Napoleón tenía los órganos genitales parcialmente atrofiados, que Alejandro Magno, César y Blücher eran alcohólicos, que Calvino padecía de eczemas, de jaquecas y de piedras en el riñón, que Bismarck era histérico, Lincoln depresivo y que Marat sufría de artritis, diabetes y eczemas; queremos saber qué motivaciones psicológicas concretas los llevaron a elegir el campo de la política. Como ha demostrado Alex Comfort en su libro *Authority and Delinquency in the Modern State*, la ambición de poder y la delincuencia están estrechamente relacionadas:

El factor principal que hace que una trangresión premeditada constituya un acto de «delincuencia» es la afirmación implícita del derecho a comportarse sin tener en cuenta a los demás. Puede hacerlo robando o asesinando y aceptar las consecuencias, o bien encontrando un lugar en la estructura social que le permita, dentro de ciertos límites, afirmar su derecho sin encontrar oposición. Las oportunidades para practicar dicho tipo de delincuencia aceptada y aceptable suelen estar casi siempre dentro de la estructura del poder.

La gente tiene la desafortunada tendencia a seleccionar aquellos puestos para los que objetivamente es menos idónea. H. von Hentig dice lo siguiente sobre la delincuencia entre aquellos cuyo trabajo consiste en hacer respetar la ley:

...las fuerzas policiales y los puestos de funcionarios de prisiones atraen a muchos caracteres aberrantes porque proporcionan los medios legales para infligir dolor y ejercer poder y porque esos mismos puestos confieren a sus detentadores un amplio grado de inmunidad. Sin embargo, estos no son más que los ejemplos más llamativos, aquellos que no se pueden ocultar sutilmente tras la pantalla de los medios que el fin justifica.

Las motivaciones privadas de los que ocupan posiciones de poder, motivaciones que ellos mismos pueden no conocer, son un objeto digno de estudio al que no se le ha prestado aún la suficiente atención. A pesar de todo, sería erróneo pensar que los líderes de cualquier tipo llegan a serlo gracias a sus rasgos

personales, o que, como dirían los marxistas, son puramente el resultado de circunstancias históricas. Es obvio que, los hombres que gobernaron Alemania durante el período nazi llegaron a la política impulsados por sus rasgos personales; Hitler, tenía sin duda casi todas las cualidades citadas anteriormente del hombre que, por razón de su debilidad, se siente impelido a dejar su huella sobre la sociedad. Era austríaco en vez de alemán, de origen humilde aunque no proletario, antiguo soldado con una cicatriz en el hombro, histérico, paranoico y, por encima de todo, un artista fracasado. También eran artistas fracasados: Goebbels (teatro, novela, poesía). Rosenberg (arquitectura y filosofía), von Schirach (poesía), Funk (música) y Streicher (pintura). Peter Viereck observa que «...casi todos ellos eran fracasados, no ya según el criterio vulgar del éxito, sino según sus propios criterios artísticos». Sus ambiciones artísticas y literarias «fueron originalmente mucho más profundas que sus ambiciones políticas y eran partes integrantes de su personalidad». Se puede decir que Hitler, en su personalidad nuclear, era el epítome de aquellas actitudes que existían en las personalidades periféricas de los alemanes como resultado de la situación en la que se encontraron tras la Primera Guerra Mundial; Hitler era por naturaleza lo que ellos habían llegado a ser debido a las circunstancias, y el grupo invariablemente selecciona, no al líder que teóricamente está mejor preparado para tratar sus problemas de una forma práctica, sino a aquel que mejor refleja sus sentimientos del momento. Un grupo enfermo elige a un jefe enfermo. Hitler tenía unos rasgos que en otras circunstancias no le hubiesen servido para alzarse con el poder; en aquellas circunstancias concretas, pudo convertir Alemania en un estado nazi porque muchos alemanes estaban dispuestos a apoyarlo y a ingresar en su partido. Sin esa opinión pública latente y persistente que había en Alemania, Hitler no habría podido tener éxito, de modo que en esa medida sí fue un producto de las circunstancias; pero sin él y su organización la opinión pública alemana sobre temas nacionales e internacionales podría haber tomado un rumbo muy distinto, orientándose, por ejemplo, hacia el comunismo. El que Hitler superara a los comunistas se debió a su comprensión intuitiva del sentimiento real del pueblo alemán, utilizado luego su aparato propagandístico para decirle al pueblo lo que éste quería escuchar*.

---

* Sin embargo, la fuerza de la propaganda hitleriana ha sido muy exagerada. La democracia había fracasado y a los alemanes sólo les quedaba una opción: elegir entre el comunismo y el nazismo. En una situación en la que los sentimientos nacionalistas se habían visto muy exacerbados.

Una de las debilidades de las democracias es su incapacidad para comprender, como lo hizo Hitler, algunas de las facetas menos racionales de la naturaleza humana. Se da por hecho que la mayoría de la gente desea que le expliquen las doctrinas políticas de una forma racional, que la gente no soporta ser embaucada, que prefiere una vida fácil a una vida difícil y que inevitablemente prefiere el placer al dolor, el amor al odio. Esto puede ser cierto en condiciones ideales, pero no lo es en absoluto en las circunstancias de «callada frustración» en las que transcurren la mayor parte de las vidas. En primer lugar, la gente frustrada es más crédula que la que no lo está; «uno está más preparado para entender la Sagrada Escritura cuando no se odia a sí mismo», dijo Pascal, y durante el período anterior a la toma del poder por Hitler, Stresemann dijo de los alemanes: «No sólo rezan por su pan de cada día, también rezan por su ilusión diaria.» Una doctrina eficaz no es la racionalmente comprensible (Lenin no consiguió el poder apelando al materialismo dialéctico, sino gracias a su apasionada oratoria); es más bien, como dijo Pascal de la religión eficaz, «contraria a la naturaleza, al sentido común y al placer». Los comunistas distinguen entre propaganda y agitación, distinción basada en la definición de Plejanov según la cual «un propagandista presenta muchas ideas a una o algunas personas; un agitador presenta sólo una o algunas ideas, pero se las presenta a una masa de gente». Lenin acepta esta opinión y toma como ejemplo el tratamiento del paro obrero. Un propagandista lo explicaría en términos de la teoría económica comunista diciendo que surge como resultado de las constantes crisis que son inevitables bajo el sistema capitalista y explicando sus causas a continuación. El agitador, por otra parte, elegiría algún hecho fácilmente comprensible y sentimental —por ejemplo, que la familia de un obrero en paro había muerto de hambre— y operaría sobre los sentimientos de las masas. Lenin atraía a las masas como agitador (según la definición arriba mencionada) y no como propagandista.

En segundo lugar, la gente frustrada quiere sufrir y sacrificarse por la causa; de ahí que responda, no ya a las promesas de una victoria fácil, sino, como muy bien comprendió Churchill y no comprendió Chamberlain, a las promesas de «sangre, sudor y lágrimas». Una vez que han sumergido su odiada personalidad en la masa, se aferran a la certidumbre como a un clavo ardiendo, llegando incluso a dar su vida para demostrar a los demás su papel de defensores de la santa causa. Ya no les importa, como

---

por el Tratado de Versalles, el internacionalismo comunista tenía pocas posibilidades de éxito.

les importaba antes, la opinión de los ajenos a la causa; de hecho desean la enemistad con obstinación, pues eso confirma lo correcto de sus ideas. Hitler dijo que el nacionalsocialismo debía buscar y merecer el odio violento de sus enemigos. La promesa de autosacrificio en aras de la causa atrae a más gente que todas las promesas de prosperidad y bienestar.

En tercer lugar, y aparte de su credulidad natural, la gente frustrada disfruta siendo embaucada; como Tertuliano, consideran una virtud el creer «porque es imposible», y uno recuerda cómo Goebbels intercalaba en sus discursos, llenos de increíbles pretensiones, la frase: «¡Por supuesto, todo esto es propaganda!»

Por último, la gente frustrada necesita odiar porque el odio, cuando se comparte con otros, es la emoción que más une; como decía Heine: «Lo que el amor cristiano no puede hacer lo consigue el odio en común.» Hablando en términos psicológicos, sucede que cuando un individuo ve frustrado su intento de alcanzar un fin, surge naturalmente la agresión, probablemente con la función originaria de acumular todas las energías para superar el obstáculo. Pero cuando este objetivo es inalcanzable, la agresión tiene que volverse en una de estas dos direcciones: internamente, en contra de uno mismo, o externamente, en contra de un objeto sustitutivo. De ahí que la persona se odie a sí misma y tenga la tendencia latente a buscar objetos externos contra los que dirigir su odio, uniéndose en camaradería con aquellos que comparten sus opiniones. La cólera es el gran disolvente de la depresión (que es odio a uno mismo). La frustración conduce también a la regresión, es decir, a un retroceso a conductas más primitivas y acciones menos constructivas, como hemos visto con la aceptación de afirmaciones absurdas por parte del individuo frustrado. Hitler comprendía todo esto intuitivamente, mientras que sus oponentes comunistas no lo comprendieron, y éstos fueron los fundamentos sobre los que basó su propaganda.

Pero como el resultado de la propaganda depende tanto de la naturaleza del objetivo al que se dirige como del poder del mismo propagandista, es necesario tener en cuenta las razones por las que los alemanes demostraron ser un blanco perfecto para la propaganda de Hitler. Porque es imposible no ver que el fascismo no mostró ni mucho menos las mismas características en Alemania que en otros países —aparte del nacionalismo derechista y de la estructura económica general— en lo que respecta a los aspectos psicológicos. Cierto es que Mussolini ensalzaba la guerra y que utilizó el mismo tipo de consignas que los nazis («El Duce siempre tiene razón»), pero el pueblo italiano tenía el suficiente cinismo innato para no tomárselas muy en serio,

y, aparte de los políticos profesionales, la libertad para expresar opiniones heterodoxas nunca estuvo tan suprimida en Italia como en Alemania. El antisemitismo no creció espontáneamente en Italia sino que fue introducido a la fuerza por los alemanes en el transcurso de la Segunda Guerra Mundial, aunque nunca fue aceptado en sus formas doctrinarias por la masa del pueblo. En Gran Bretaña, el jefe del partido fascista se mostró fiel al modelo cambiando de un partido a otro antes de caer en el fascismo, y sus seguidores constituían un grupo selecto de tipos alegremente brutales, psicópatas *tories* renegados y miembros excéntricos de la aristocracia menor y de la lista de retirados de las fuerzas armadas. De este último cuerpo siempre se puede esperar que produzca una espléndida cosecha de extraños especímenes con la tendencia —como dice Rebecca West de un determinado fascista británico— a seguir raros vericuetos, de forma que en otras circunstancias podrían haber sido felices *mediums* espiritistas o fervorosos creyentes de las diez tribus perdidas de Israel. Pero los nazis alemanes estaban imbuidos de rasgos que no provenían exclusivamente de su derrota militar ni del colapso económico, sino del peculiar carácter nacional germánico que los mantuvo apartados de Occidente entre 1806 y 1945. Tal carácter había sido básicamente autoritario, no ya meramente en su forma de gobierno sino en toda su estructura social, comenzando por la familia; la sociedad prusiana, en especial, había estado siempre fundada en una especie de «orden de picoteo» en el cual la recompensa de quien había sido picoteado por uno más fuerte era el poder picotear a su vez a otro más débil. Los años de la Constitución de Weimar que siguieron a la Revolución de 1918 fueron años de frustración para la mayoría de los alemanes, durante los cuales, acostumbrados a las órdenes de arriba y al respeto a la autoridad, identificaban la democracia con la confusión y el caos total. Quedaron asombrados, dice Theodore Abel, al darse cuenta de «que tenían que participar en el gobierno, elegir un partido y emitir juicios sobre temas políticos». Los rasgos básicos del carácter del alemán medio han tendido a ser los que un psiquíatra describiría como obsesivos; el carácter obsesivo (que según Freud se basa en una severa educación en el control de los órganos internos) siente una profunda preocupación por supuestas virtudes tales como la obediencia, la limpieza, la puntualidad, la eficacia y el trabajo. La tesis de Freud parece estar refrendada por la correlación entre estos rasgos en el carácter germánico (y una obsesión aún más patente por los movimientos intestinales tal y como se encuentra, por ejemplo, en Martín Lutero en grado patológico) y la tendencia nacional a hacer chistes que versan sobre el retrete en lugar de las relaciones

entre los sexos, como en otros países. Las virtudes obsesivas, cuya validez no se pone en cuestión en Alemania, no son virtudes para el resto del mundo; la obediencia y la eficiencia, por ejemplo, se consideran buenas o malas según el fin a que estén dirigidas. Pero los alemanes en general las han venido considerando como fines en sí mismas; así, aquellos que habían cometido actos especialmente horripilantes durante la Segunda Guerra Mundial se quedaban sinceramente sorprendidos de que alguien les preguntara si aceptaban la plena responsabilidad de sus actos, creyendo que las acciones ordenadas por la autoridad superior se justificaban por sí mismas. Cierto es que la mayoría de los países han sido culpables en un momento o en otro de asesinatos masivos, pero es difícil concebir a otro pueblo que no sea el alemán planificando con todas las formalidades la transformación industrial de los patéticos despojos humanos —pelo, prótesis dentales, ropas, etc.— con esa espantosa eficacia y diligencia. Por último está la capacidad verdaderamente sorprendente de autocompasión que va unida a la total incapacidad del alemán de ponerse en el lugar de otra persona. Esa ha sido una de las razones fundamentales del fracaso casi total de la propaganda alemana en guerra o en paz para impresionar a nadie que no fuese alemán: los propagandistas eran absolutamente incapaces de ponerse en el lugar de los demás y, a pesar de la recomendación de Hitler de permanecer impasibles ante el odio del enemigo, eran tan susceptibles que no podían resistir la tentación de replicar a la propaganda enemiga, difundiéndola así entre un público mucho más numeroso.

Hitler operó con todas estas características; convenció a la nación de que la guerra no se había perdido por la actuación del ejército sino por las puñaladas en la espalda de judíos y comunistas, devolviéndole así al país su respeto de sí mismo y confianza, e hizo hincapié en el tema de que todo el mundo había sido injusto con Alemania. Los británicos habían prolongado el cerco de hambre durante meses tras la firma del armisticio, el Tratado de Versalles había sido muy injusto y había incumplido las promesas americanas y, por último, Alemania había sido despojada de sus colonias y estaba rodeada de enemigos por todas partes. También se apeló al orgullo nacional; al tiempo que aseguraba a los alemanes que sus logros no habían sido superados por nación alguna, afirmaba que por esa misma razón eran objeto de la envidia de los británicos, de los franceses y de los eslavos. Además, el Partido Nacionalsocialista pretendía ser el partido del hombre de la calle, defensor de los intereses del tendero, del pequeño comerciante y del artesano frente a las grandes empresas o «capitalismo monopolista»; exigía la abolición de la «esclavitud del interés»

y proponía liberar a los ciudadanos de sus deudas a bancos, otras personas e instituciones crediticias. Apelaba así a la codicia individual, pese a que, cuando Hitler obtuvo el poder los grandes monopolios se hicieron más potentes que nunca bajo los patrones nacionalsocialistas. El nuevo régimen resolvió el paro absorbiendo parte de la mano de obra en la industria de armamento y empleando el resto en trabajos como el desbrozamiento de tierras, la construcción de ciudades e incluso organizando marchas. Pues como dijo Hermann Rauschning: «Las marchas entretienen los pensamientos de los hombres. Las marchas matan el pensamiento. Las marchas terminan con la individualidad».

El movimiento atrajo especialmente a la juventud de la nación, a la cual vistió de uniforme y enseñó la nueva ideología tal y como era. Hay que recordar que el fascismo, revolución nihilista por excelencia, no tiene en realidad una ideología como la que pueda tener el comunismo. Detenta el poder de la nación, reescribe los libros escolares de historia para demostrar su grandeza y remodela la ciencia en un ridículo fandango de sinsentidos para demostrar la existencia de un supuesto tipo de hombre nacional (el «ario» en el caso de los alemanes); tiene incontables enemigos y está en contra de muchas cosas, pero, concretamente, no está *a favor de nada*. Se censuraban lós libros y el arte, pero, a diferencia otra vez de los comunistas, no hizo apenas uso positivo del cine y del teatro para proclamar los puntos programáticos del partido, porque, aparte del de la conquista, no tenía ninguno. Tampoco hizo Hitler que Alemania se volviera antisemita: al igual que muchas otras naciones, ya lo era; pero, como había ocurrido anteriormente con frecuencia, utilizó a los judíos como chivo expiatorio de la nación, con indecibles consecuencias para el pueblo judío y para la propia dignidad de todos los demás europeos. Se satisfizo el deseo nacional de sumisión a una autoridad y el gusto por los espectáculos militares o paramilitares organizando gigantescos mítines, desfiles y procesiones con antorchas (en la actualidad, las procesiones con antorchas siguen siendo típicas de Alemania), y ninguno de aquellos que recuerden, ya sea por experiencia directa o por haberla escuchado a través de la radio, la frenética voz del Führer y el bárbaro cántico de sus seguidores «*¡Sieg Heil! ¡Sieg Heil! ¡Sieg Heil!*» podrá olvidar la terrible e hipnótica impresión que producía. No cabe duda de que Madame de Staël tenía razón cuando decía, hace más de un siglo, que los alemanes eran el material ideal para los movimientos de masas:

> Los alemanes son fuertemente sumisos. Utilizan razonamientos filosóficos para explicar la cosa menos filosófica del mundo, el respeto por la fuerza y el miedo que transforma ese respeto en admiración.

Cualesquiera que sean sus semejanzas superficiales, el comunismo y el fascismo son esencialmente distintos. El fascismo es nacionalista, el comunismo es internacionalista; el primero no se exporta, el segundo sí. El fascismo no tiene una doctrina coherente, el comunismo sí la tiene. El materialismo dialéctico o marxismo-leninismo, aunque es una doctrina curiosamente metafísica para materialistas convencidos, es perfectamente coherente y ha sido y es defendida por gente sumamente inteligente, y se extiende a todas las esferas del pensamiento. Considera que la política está en todas partes: en la biología, en la historia, en la psicología y hasta en la arqueología y en la lingüística. Además, mientras que los fines declarados del fascismo son contrarios a lo que han tenido por justos la gran mayoría de los filósofos políticos y éticos desde los orígenes de la historia, los fines que el comunismo declara (internacionalismo, paz, camaradería, distribución más justa de la riqueza, odio a la injusticia y a la tiranía) son de tal índole que pueden atraer a cualquier persona razonable. La dictadura, descrita como «dictadura del proletariado», se considera un medio para llegar a un fin y no un fin en sí misma, y desde la muerte de Stalin se desaprueba enérgicamente el «culto a la personalidad». A pesar de todo, existen similitudes: los mismos mítines masivos, las mismas procesiones, las mismas manifestaciones artificiales «espontáneas» para apoyar los fines del gobierno en cada momento, el mismo empleo de consignas, la misma identificación de enemigos —en este caso, el imperialismo que comercia con la guerra, los colonialistas y los capitalistas—. La propaganda de Goebbels mentía deliberadamente y era a menudo incongruente, mientras que la propaganda comunista es en general, a la luz de su doctrina, verdadera —son sus interpretaciones más que sus hechos lo que repele a algunos—. La fe comunista es una religión secular que tiene su doctrina y sus libros sagrados, su grupo de sumos sacerdotes que interpretan la doctrina según las necesidades del momento, sus héroes y sus herejes (dogmáticos y revisionistas, formalistas y objetivistas, trostskistas, etc.), y su poder para castigar a los que sostienen creencias falsas (poder que se ejerció en los primeros tiempos de la forma más bárbara). Se persigue a la religión, como bajo los nazis, aunque de un modo mucho más ferviente y decidido, y el dogma que el comunismo proclama es el ateismo.

A pesar de que no existe nada que sea básicamente irracional en el marxismo-leninismo ni en el materialismo dialéctico, se mantiene de un modo irracional y no se permite que los marxistas critiquen la interpretación al uso de su doctrina una vez enunciada. Por eso, en vez de dar la impresión de ser razonables, abriéndose a la discusión y confiando en que los resultados de cualquier

debate racional les serán favorables, los comunistas son a menudo curiosamente evasivos en su argumentación. Al igual que el católico convencido, argumentarán racionalmente hasta un determinado punto; pero no irán más lejos. El delegado de taller comunista argumentará razonablemente a la luz de sus creencias, pero si se le pregunta a bocajarro si recibe directrices sobre las acciones que deberá emprender en la industria enmudecerá, negándose a contestar o eludiendo la respuesta. Uno de los ejemplos más patéticos de esa evasividad se produjo durante la contraversia de Lysenko, en la que los genetistas comunistas extranjeros tuvieron que hacer equilibrios verdaderamente cómicos para reconciliar su conocimiento científico con sus creencias políticas. Algunos descubrieron por vez primera que habían estado creyendo en los muy controvertidos puntos de vista que defendía Lysenko (el cual se adhirió a la creencia, ya descartada, de la herencia de características adquiridas). Otros, como el profesor J. B. S. Haldane, tuvieron que meterse en una prolongada investigación anímica. Pocos de ellos se dieron cuenta de que el verdadero problema no era el de dilucidar qué escuela de pensamiento tenía razón, sino el de la libertad académica para pensar como cada cual quisiese. De hecho, toda la genética ortodoxa había sido proscrita en Rusia por motivos políticos y se había suprimido a sus seguidores.

La curiosa mezcla de ciencia y política y la extraña creencia en virtud de la cual no se debe de juzgar a una teoría científica por su correspondencia con los hechos, sino por su grado de coincidencia con el materialismo dialéctico, quedan bien a las claras en el siguiente extracto de *Pravda* (N.º 240) que trata sobre la resolución de la Junta de la Academia de las Ciencias el 26 de agosto de 1948:

> La dirección materialista de Michurin [un predecesor de Lysenko] en biología es la única forma de ciencia aceptable, porque se basa en el materialismo dialéctico y en el principio revolucionario de transformar la naturaleza en beneficio del pueblo. El idealismo de Weismann y Morgan es pseudocientífico porque se basa en la noción del origen divino del mundo y asume leyes científicas eternas e inalterables. *La lucha entre las dos concepciones ha tomado la forma de la lucha ideológica de clases entre el socialismo y el capitalismo a escala internacional*, y entre la mayoría de los científicos soviéticos y los restantes científicos rusos que han conservado rasgos ideológicos burgueses a escala más reducida. No cabe el compromiso: el michurinismo y la teoría de Morgan y Weismann no puede reconciliarse.

El gusto por los eslogans y los conjuros, que hace tan inconfundible a la propaganda comunista, queda expresado en las palabras

de clausura de la reunión de la Junta de la Academia (por supuesto, con el acompañamiento de «tumultuosos aplausos que se convirtieron en una ovación»);

¡Viva el Partido de Lenin y Stalin, que descubrió para el mundo a Michurin y creó todas las condiciones para el progreso de la biología materialista en nuestro país! ¡Gloria al gran amigo y protagonista de la ciencia, nuestro jefe y maestro, camarada Stalin!

Es difícil imaginar una clausura así en una reunión de la Royal Society o, para el caso, de cualquier otra organización «capitalista», pero el lector de la propaganda comunista se encuentra inevitablemente confrontado con extrañas formas de discurso, con extraños epítetos y con palabras que tienen distinto significado que el que él cree que tienen normalmente. Así, en el Congreso Mundial de Intelectuales celebrado en Wroclaw en agosto de 1943, Fadeyev, novelista ruso, anunció que «si las hienas pudiesen usar plumas estilográficas y los chacales pudiesen utilizar la máquina de escribir, escribirían como T. S. Eliot»; y aparte de tales epítetos zoológicos están los «corrompidos» capitalistas belicistas y los «lacayos lameculos de la burguesía». Algunos de estos términos se remontan a los escritos de Marx y Engels, pero la mayor parte de ellos fueron acuñados por Lenin y luego empleados por Stalin. En cuanto al significado esotérico de ciertos términos, forma parte del «doble sentido» comunista del que hablaremos más adelante. Es, sin embargo, interesante señalar cómo el uso de palabras o frases aparentemente inocuas le revelan a menudo al espectador sensible ciertas simpatías políticas o emocionales del orador o del escritor. Así, por alguna razón desconocida, el adjetivo «hitleriano» lo utilizan casi exclusivamente los comunistas, mientras que, en el otro extremo de la escala, el empleo de palabras como «sociedad orgánica», «la tierra», el «pueblo» y su «artesanía» hace que uno desconfíe de los por otra parte excelentes F. R. Leavis y Denys Thompson. El «pensar con la sangre» de D. H. Lawrence, el empleo por parte del prestigioso C. G. Jung de palabras como «alma» y «tierra» (como «el alma germánica») y su convencimiento de que la «tierra» puede influir en el carácter, son como palabras de un código para designar, en este mundo obsesionado por la ideología, lo que uno solo puede describir como tendencias de extrema derecha. Los que emplean la palabra «sangre» para describir otra cosa que el líquido que circula por el cuerpo impulsado por el corazón, o «tierra» en otro sentido que la tierra normal y corriente que hay en el suelo, o «alma» como concepto distinto al empleado en teología, o «pueblo» como distinto de gente (esto es, otros individuos)

son mirados con recelo por ser susceptibles de abrigar tendencias, posiblemente desconocidas para ellos mismos, que en última instancia llevan en la misma dirección que el «*Blut und Boden*» y «*das Volk*» de Hitler o el eterno «*Seele*» de los alemanes. El empleo del sufijo «-ismo», aunque evidentemente no es exclusivo de los comunistas, es una tendencia a la que son especialmente adictos; de ahí su «nacionalismo», «economicismo», «formalismo», «fraccionismo», «imperialismo», «neutralismo», «objetivismo», «oportunismo», «pragmatismo», «realismo socialista», «subjetivismo», «seguidismo», «voluntarismo» y muchos otros. Sin duda alguna, tales conjunciones y preferencias, que por otra parte parecen irracionales, se convertirán en fecha próxima en el objeto de un estudio psicológico más serio.

El control comunista de la literatura y de las artes es mucho más concienzudo de lo que pudo serlo en los países fascistas, donde el control era esencialmente negativo; por ejemplo, en el caso de la Alemania nazi, el cine quedó afectado por la expulsión de actores, directores y productores judíos, pero, si exceptuamos el caso notorio de *Jud Süss* y las películas sobre las concentraciones de Nuremberg y sobre los Juegos Olímpicos, hubo relativamente poca propaganda en el arte a favor del nazismo. Ese no es el caso de la Unión Soviética, donde se ejerce el más estricto control sobre el arte y la literatura. Como dice Alexander Werth, si el Gobierno y el Partido aprueban una obra como *La cuestión rusa* de Simonov, no sólo se representará en 600 teatros de todo el país sino que también se hará una película que recorrerá miles de salas. La novela de Fadeyev *La Joven Guardia,* descrita por Werth como «un monótono trabajo rutinario con la finura literaria de Ethel M. Dell», vendió dos millones de ejemplares en Rusia porque, cuando todo el aparato propagandístico del Estado se vuelca sobre un libro y se distribuye de forma más o menos gratuita entre todos los escolares, es imposible que no sea un éxito editorial. Muchos espléndidos artistas, comenzando por Mayakovski, se han suicidado, otros han sido silenciados, como el humorista Zoshchenko (por sus «chistes fáciles» sobre la realidad soviética) y la poetisa Anna Ajmatova («medio monja, medio ramera»). Todas las reformas culturales del Comité Central, desde la Guerra hasta la muerte de Stalin, tuvieron su portavoz en Andrei Zhdanov, y sus críticas más sorprendentes fueron las relacionadas con la reforma de la música, a comienzos de 1948. Se derribaron ídolos alzados y adorados durante años por el Partido y por la prensa gubernamental, especialmente la música de Shostakovich, Prokofiev, Kachaturian y Miaskovski que, según se dijo, sólo había sido ensalzada por «una pandilla de críticos aduladores».

El pecado del que se les acusaba era «formalismo», porque, «menospreciando el gran papel social de la música, se conformaron con atender al gusto degenerado de un puñado de individualistas esteti-zantes». Evidentemente, había que introducir la política en la argumentación y A. Goldenweiser (profesor del Conservatorio de Moscú) dijo lo siguiente en el segundo día de la Conferencia: «Cuando escucho el estruendo de los falsos acordes en algunas de nuestras recientes sinfonías y sonatas me horrorizo al comprobar que son semejantes a la ideología decadente de Occidente —e incluso del fascismo— y no a la saludable naturaleza de la humanidad rusa y soviética.» Los compositores, por supuesto, admitieron de plano sus errores, concluyendo Shostakovich: «Siempre he escuchado las críticas y he tratado de trabajar más y mejor. Tengo presentes las críticas ahora y continuaré teniéndolas presentes, y aceptaré las instrucciones críticas...» En su discurso final, Zhdanov los reprendió en los siguientes términos:

> Camaradas, si valoráis la gran fama de los compositores soviéticos, tendréis que demostrar que podéis servir al pueblo mejor de lo que lo habéis venido haciendo hasta ahora. Os espera una prueba difícil. El Partido condenó severamente las tendencias formalistas hace doce años. Desde entonces, el gobierno ha otorgado los Premios Stalin a muchos de vosotros, incluyendo a aquellos que han pecado de formalismo. Cuando os concedimos esos premios no considerábamos que vuestras obras fuesen perfectas, pero éramos pacientes y esperábamos que vosotros mismos eligieseis el camino correcto. Ahora, claramente, el Partido se ha visto obligado a intervenir. Si continuáis por el camino que habéis seguido hasta ahora, nuestra música no se llenará de gloria.

Además de tener su propio vocabulario, los comunistas emplean las palabras normales con un significado que contrasta con el de las mismas palabras cuando las emplean los no comunistas. Es lo que llamamos antes «doble sentido». «Paz», por ejemplo, que normalmente significa un estado de relaciones de amistad con otros países, significa para los comunistas el estado de cosas en un país comunista, pues, se supone que los países capitalistas están en un estado de lucha de clases permanente, o por lo menos en un estado de hostilidad potencial entre sus ciudadanos debido a la lucha competitiva por la supervivencia. En un estado de «coexistencia pacífica» se entiende que las potencias no comunistas pueden todavía desencadenar una guerra de «agresión» contra las potencias comunistas amantes de la paz, ya sea por causa de su debilidad interna o debido a la amenaza de una guerra de clases o revolución en su país. Las guerras emprendidas por las potencias comunistas son o guerras de «liberación» en ayuda

de las personas amantes de la paz que viven en países capitalistas, o «guerras defensivas» para desbaratar los planes capitalistas de agresión. «Democracia» es el derecho de un pueblo a gobernarse a través de sus propios representantes (esto es, los comunistas) para seguir una política comunista; una «democracia popular» es aquella en la que de momento, los comunistas gobiernan con otros elementos «progresistas» que luego serán desplazados para dar paso a una verdadera «democracia» comunista que asuma el poder. Son «progresistas» aquellos que están dispuestos a integrarse en un «frente popular» dirigido por los comunistas, son «reaccionarios» los que no lo están. Igualmente, libertad significa libertad para vivir en una sociedad comunista, pues en otra forma cualquiera de sociedad sólo disfruta de libertad la clase dominante, mientras que el resto lo forman las masas oprimidas y explotadas o las víctimas y los lacayos de la clase dirigente. La libertad en las «democracias burguesas» es un fraude porque los partidos entre los que se puede elegir están todos en manos del capitalismo belicista.

Lo que los no comunistas consideran incongruencias y los frecuentes cambios de política que un partido que por definición tiene que tener siempre la razón difícilmente se podría permitir, es para los comunistas un ejemplo práctico del elemento «dialéctico» del marxismo según se deriva de Hegel. Para ellos no hay incongruencia en mantener una opinión un día y otra totalmente opuesta al día siguiente. Por eso, en la primera fase de la Segunda Guerra Mundial, los comunistas británicos apoyaban la guerra como una guerra contra el fascismo, hasta que la doctrina oficial declaró que era una «guerra imperialista» porque Rusia había prometido su neutralidad, y el militante tuvo que opinar que era un error cooperar en la contienda. Luego, cuando Alemania atacó a la Unión Soviética, la doctrina correcta consistió una vez más en apoyar al Gobierno británico y en insistir sobre la pronta apertura de un segundo frente. De forma similar tras el 20 Congreso, en el que Jrushev denunció al estalinismo, el comunista leal tuvo que cambiar de opinión de la noche a la mañana y mantener que Stalin había protagonizado la herejía, mencionada ahora por primera vez, del «culto a la personalidad».

El no comunista no puede por menos que sorprenderse al ver cómo la Enciclopedia Soviética reescribe la historia cada vez que publica una nueva edición, de forma que el artículo sobre Beria, por ejemplo, que antes era laudatorio, fue suprimido después de su detención y posterior ejecución, mientras que de Trotsky apenas se hace mención en toda la obra. Pero el no reescribir la historia sería una herejía de «objetivismo» (excesiva dependencia

de los hechos sin tener en cuenta si encajan o no en los dogmas del marxismo). Como declaraba un artículo titulado «Sobre la Enciclopedia Soviética» publicado en *Cultura y Vida* del 20 de agosto de 1974: «Una enciclopedia soviética no puede limitarse a ser una colección de información presentada de manera imparcial, neutral y políticamente indiferente. Tiene que presentar todos los aspectos de la actividad y del conocimiento humano desde el punto de vista de la concepción que tiene del mundo un militante marxista-leninista». El problema del marxismo no es que mienta al estilo del doctor Goebbels, que era un embustero calculador (ya hemos señalado que la mayor parte de la propaganda comunista dice la verdad *tal y como cree que es)*; su verdadero peligro estriba en que atenta contra la facultad de ser capaz de distinguir entre lo verdadero y lo falso, con el resultado de que la mayoría de los comunistas han perdido esa facultad o consideran que es un vestigio de la decadente cultura burguesa. Es cierto que en su obra *Sobre el marxismo y la lingüística* Stalin declaraba que «no hay ciencia que pueda desarrollarse o florecer sin una batalla de opiniones, sin libertad de crítica», pero tal cosa carece de sentido mientras siga siendo artículo de fe que sólo es «verdadero» lo que está conforme con la política del Partido.

La unidad de la estructura del Partido, por lo menos hasta 1924, era la célula comunista, formada por diez o más miembros de dedicación fanática (aquí también se aprovecharon las propiedades del grupo primario), cuya función consistía en actuar como «grupo de vanguardia» para el resto de la sociedad. El comunismo se muestra intolerante con los partidos políticos a su derecha, pero se muestra más intolerante aún, si cabe, con los herejes que en un principio compartían su ideología pero que luego se desviaron hacia la izquierda. Los agitadores tienen la misión de explicar a los hombres y mujeres de la calle los recientes cambios de política y justificarlos citando pasajes de la literatura marxista que, por supuesto, siempre se encuentran, y hay organizaciones dentro de la jerarquía que se encargan de recoger las directrices que emanan del grupo interno que las decide y de pasarlas a la base. Como lo único importante es la conveniencia, el comunista no cree que sea en absoluto deshonesto cambiar de cuando en cuando de actitud, y el ciudadano normal, que a veces puede sentirse confuso, se va acostumbrando así a escuchar y aceptar lo que se le dice. Tras una vida entera creyendo lo que se le dice, el ciudadano ni puede ni quiere pensar por su cuenta. Pero la propaganda comunista no siempre ha sido eficaz, pues ha fracasado, incluso en la Unión Soviética, en el campo religioso: En el censo de 1937, tras casi veinte años de dominio comunista

y en el momento más intenso de la persecución religiosa, hubo unos cincuenta millones de ciudadanos soviéticos que declararon ser «creyentes» en una u otra de las muchas religiones de la Unión Soviética. Todavía en el 22 Congreso, celebrado en 1961, una de las tareas impuestas a los miembros del partido fue la de «superar los prejuicios religiosos» del pueblo soviético, esto es, enseñarle a ser ateo mediante la propaganda antirreligiosa que ha sido una faceta prominente de la sociedad comunista desde que comenzó a existir. Actualmente se estima que el número de cristianos pertenecientes a la Iglesia Ortodoxa Rusa está entre los veinte y los treinta millones, a lo cual hay que añadir otros grupos de cristianos y los millones de personas que pertenecen a naciones tradicionalmente islámicas, budistas o judaicas La amplitud y el vigor de la campaña para eliminar la religión, que ha abarcado todos los métodos concebibles, desde el pelotón de fusilamiento a las conferencias públicas sobre las excelencias de la filosofía materialista, son cosas sobre las que nos documenta Walter Kolarz en su libro *La religión en la Unión Soviética*. Kolarz indica que de los 1.470 sacerdotes católicos que había en Lituania en 1945 sólo quedaban 741 en 1954 y en la actualidad deben de quedar menos aún. En el otro extremo, hay que recordar que el número de conferencias sobre ateísmo en la Unión Soviética aumentó de 120.000 en 1954 a más de 300.000 en 1958, sin que aparentemente surtieran gran efecto.

Otra esfera en la que no ha conseguido penetrar la propaganda soviética es la de los miembros más viejos de la población de los países satélites, y está generalmente admitido que aquellos que tenían más de treinta años cuando se establecieron los regímenes comunistas son totalmente refractarios al cambio. Con ellos sólo vale la fuerza, no las palabras. La propaganda puede ser útil, sin embargo, como difusora de amenazas que reduzcan a los más débiles a la pasividad, dándoles la impresión de que no tienen esperanza alguna. Citando a Lindley Fraser:

> Mucha gente que ha tenido que vivir en la zona soviética de Alemania o en un país satélite está de acuerdo en que lo más difícil de soportar es este último sistema [esto es, el acoso con eslogans, banderas, pancartas y altavoces, hasta hacer que nadie tenga una oportunidad de meditar o de relajarse]. El terrorismo puede incitar al desafío; la sensación de aislamiento se puede superar sintonizando las emisoras occidentales; pero la constante insistencia de los eslogans de la propaganda comunista engendra un tedio destructor del alma que sólo resisten los espíritus más recios y pacientes. La vida en los países satélites, quizá más que en la Unión Soviética, está impregnada de propaganda desde la mañana hasta la noche. No hay quien escape a ella.

Antes del «deshielo» tras la muerte de Stalin, todas las obras de teatro y películas se inclinaban a favor del comunismo y hasta las obras clásicas sufrían adaptaciones marxistas; todavía no está muy claro hasta dónde ha llegado esta suavización de la censura, pero está muy lejos de ser suprimida. Es difícil o imposible conseguir noticias o libros que no estén aprobados por los comunistas, y la asistencia a desfiles, manifestaciones masivas y cursos de adoctrinamiento sigue siendo más o menos obligatoria. Es posible que el miedo a la llamada a la puerta a medianoche (tan elocuentemente descrito por Ilya Ehrenburg en la última entrega de sus memorias, publicadas en la revista literaria *Novy Mir*: «... en el círculo de mis amistades nadie sabía lo que podría ocurrir mañana; por la noche, toda la casa estaba despierta escuchando el ruido del ascensor») es posible que ese miedo haya desaparecido, pero la expresión de opiniones heterodoxas todavía puede acarrear consecuencias desagradables. La propaganda no puede convencer a los ciudadanos de más edad, pero el Estado tiene el suficiente poder para reducirlos a la inacción. Con la juventud de los países satélites, o con cualquiera nacido después de 1930, lo más probable es que los resultados sean otros; todos ellos han pasado la mayor parte de sus vidas en una atmósfera totalitaria de derecha o izquierda y por ese motivo pueden aceptar semejantes condiciones como el estado de cosas natural. La propaganda occidental dirigida a esos países, incluso cuando no se interceptaban las transmisiones, ha sido con frecuencia totalmente ineficaz y es probable que lo único que haya conseguido sea la introducción de amaneramientos *beatniks*, una sed de *jazz* moderno y el culto a cantantes *pop* y a estrellas de cine americanos. El escritor polaco Czeslaw Milosz describe en su libro *La mente cautiva* lo que piensan de Occidente los intelectuales polacos que han tenido dificultades para acostumbrarse al comunismo. Se preguntan: «...¿en qué piensan las masas occidentales? ¿No está desapareciendo el cristianismo en Occidente? ¿No han perdido sus gentes toda fe? ¿No se sienten vacíos y llenan ese hueco con chauvinismo, historias de detectives y películas sin valor artístico? Entonces, ¿qué puede ofrecernos el Occidente? Liberarse *de* algo es mucho, pero no bastante. Es mucho menos que liberarse *para* algo».

En los países que no pertenecen al bloque soviético, la propaganda tiene que ser obviamente distinta. En las naciones de gobierno anticomunista se utilizan agitadores para promover el máximo descontento posible, especialmente en el campo de la industria. Cierto es que en Gran Bretaña, sólo una minoría de huelgas son de inspiración comunista, pero los partidos comunistas occidentales están específicamente dedicados a interrumpir la vida

industrial de la nación siempre que pueden. Al hacer tal cosa se limitan a seguir la famosa exhortación del propio Lenin:

Los líderes del oportunismo recurrirán a cualquier artimaña para evitar que los comunistas entren en los sindicatos. Es por consiguiente necesario aceptar cualquier sacrificio e incluso si hace falta recurrir a toda clase de estratagemas, maniobras y métodos ilegales, evasiones y subterfugios, para poder penetrar en los sindicatos y permanecer en ellos, llevando a cabo en su seno a toda costa las actividades comunistas.

Así, por ejemplo, en el proceso de 1961 contra los Sindicatos Eléctricos y sus dirigentes, acusados de fraude electoral en las elecciones para los cargos sindicales de 1959, siendo entonces candidatos John Byrne, no comunista, y Frank Haxell, comunista, se descubrió que este último, junto con sus colegas, habían seguido al pie de la letra el consejo de Lenin. En palabras del señor Gardiner, del Consejo de la Reina, los acusados no sólo emplearon los métodos habituales, sino que realmente se superaron a sí mismos.

Había, como es habitual, un solo candidato comunista y, como de costumbre, se las arreglaron para conseguir todos los nombramientos posibles de las diferentes ramas —hubo más correrías para conseguir votos que nunca. Antes habían inventado ya una acusación contra Chapple, no comunista. Después hicieron imprimir 26.000 papeletas de voto y se las enviaron a sus simpatizantes, papeletas que eran simples votos fraudulentos. Alteraron algunos de los resultados remitidos por las ramas. Aun así, y a pesar de estas prácticas, se dieron cuenta de que Haxell había perdido claramente la elección— Byrne había obtenido una mayoría sustancial. Sólo quedaba un camino: impugnar el mayor número posible de no comunistas.

Como es natural, los comunistas hacen este tipo de maniobras ayudados por la indiferencia política de sus oponentes y por su propia disciplina fanática, pero probablemente sea cierto que el número de comunistas con poder en un sindicato está en proporción directa al número de quejas reales y justificadas que no han sido resueltas satisfactoriamente por la dirección del sindicato. Esto es menos cierto en países como Francia e Italia, donde existen partidos comunistas relativamente grandes y siempre ha existido una tradición extremista en política, que hace que esté bien visto el ser revolucionario, y dónde los sindicatos han tenido desde el comienzo una motivación política.

Otra línea de actuación comunista en Occidente consiste en hacer llamamientos a las personas de buena voluntad, pertenecientes a otros partidos o independientes, para que se unan a ellos

en la lucha contra algún mal social o político; son ejemplos el Frente Popular de los años treinta y su actual infiltración en organismos pacifistas, de desarme nuclear o antimilitaristas (por los que el autor siente un tibio respeto). El problema con este tipo de alianzas, como con las oraciones católicas por la unidad de las iglesias, es que cualquier compromiso que se alcance es necesariamente unidireccional; los pacifistas, o los presbiterianos, no van a influir en aquellos que ya conocen la verdad absoluta. Sin embargo, el marxismo-leninismo ha hecho predicciones muy equivocadas, entre las que destaca la de que el comunismo se implantaría en primer lugar en los países más industrializados, cosa que no ha ocurrido, puesto que sólo se ha mostrado eficaz en las zonas menos desarrolladas, e incluso en ellas el poder que ha obtenido ha sido menor. De hecho, la extensión del comunismo no se ha producido gracias al apoyo popular sino por la fuerza de las armas. También predijo Lenin que el capitalismo estaba condenado al colapso tanto por razón de sus tensiones internas como por las guerras colonialistas entre las potencias capitalistas rivales. Por eso, cuando a la India se le dio su independencia, Rusia no creía al principio que una potencia colonial pudiese dividir su Imperio de buena gana, y Nehru, antaño favorito, fue acusado de traidor y de reaccionario secuaz de Gran Bretaña. El hecho de que el comunismo sea una ideología supranacional no suele resultar atractivo para aquellos países que están consiguiendo su libertad a través de movimientos nacionalistas, y en esas zonas sólo se enseña la doctrina completa del marxismo a unos cuantos seguidores fervientes, mientras que de cara al resto, los comunistas adoptan la postura de amigos de los movimientos nacionalistas locales. Estos, por supuesto, son considerados como instrumento a relegar cuando llegue el momento, y una vez alcanzado su objetivo serán sometidos a la presión comunista de la misma forma que en los países donde el comunismo ya ha sido implantado.

Mucho de esto ha cambiado en los últimos años, particularmente en lo que respecta a una mayor libertad de crítica y de expresión. *Literaturnaya Gazeta*, órgano del Sindicato de Escritores, abunda en muchas de las críticas ya citadas de Werth, declarando que «no existe rama de nuestra economía con mayor informalidad, desorganización, falta de planeamiento, caos y estupidez que la industria editorial». En la actualidad se admite abiertamente, que a pesar de que los rusos publican más libros al año que cualquier otro país, muchos de ellos, «por un valor de cientos de millones de rublos nuevos, se quedan sin vender. Esto se debe en parte a la duplicación de títulos y al hecho de que la elección de un

libro por el editor tiene muy poco que ver con la demanda». Diversos escritores critican en la actualidad al régimen de Stalin e incluso a la burocracia, pero el *Doctor Zhivago* de Pasternak sigue sin publicarse y Jruschev les dice a los pintores abstractos que «tienen que comprender sus faltas y trabajar para el pueblo». En el campo de la política todavía se contempla la misma tortuosidad mental, como cuando se dice que «Yugoslavia» (Rusia) lleva adelante su controversia con «Albania» (China), y la misma ambigüedad, como cuando Frol Kozlov asevera ante el Congreso del Partido Comunista Italiano en 1962 que la agresión china en la India «lesiona gravemente los intereses del pueblo chino y los intereses del pueblo amigo de India», olvidando, quizá, que el propio Jruschev había dicho en la conferencia de Moscú de 1960: «Los sostenemos (a los indios) como la soga sostiene al ahorcado. Cuando llegue el momento, cortaremos la soga y haremos que caigan.» Tampoco se puede decir, por desgracia (al menos en China), que haya muestras de que esté desapareciendo esa angustiante jerga; el periódico *Bandera Roja* publicaba a principios de 1963 un artículo titulado «Defender la pureza del marxismo-leninismo» que contenía esta joya: [Los comunistas tienen que trabajar con ahínco] «para aumentar su capacidad de distinguir entre el marxismo-leninismo y el revisionismo, para distinguir la manera de oponer el dogmatismo al marxismo-leninismo de la de oponer el marxismo-leninismo al revisionismo bajo la apariencia de oponerse al dogmatismo, y para distinguir la manera de oponer el sectarismo al internacionalismo proletario de la de oponer el internacionalismo proletario al chauvinismo de gran nación y el nacionalismo estrecho bajo la apariencia de oponerse al sectarismo».

Sin embargo, no es objeto de este libro estudiar si Rusia o el comunismo han cambiado desde la muerte de Stalin, aunque es un tema de máxima importancia para el futuro de la humanidad. Lo que nos interesa es tomar el comunismo tal y como está en el momento presente y estudiarlo como ejemplo del control de las mentes mediante la propaganda y la fuerza física. Nada hay de misterioso en cómo consiguieron los comunistas el control en Rusia: se produjo una situación revolucionaria que los comunistas aprovecharon como la aprovechó el fascismo en Alemania. Tampoco es nada misterioso de qué modo han mantenido el poder los comunistas; lo han conseguido mediante la propaganda respaldada por la fuerza física y mediante la más potente de las armas propagandísticas: la forma negativa de censura, que impide a la gente el libre acceso a la información de todo tipo, pero en especial a la información que procede del exterior, quizás haya tenido éxito, básicamente, porque era el único partido capaz de

conducir a Rusia, en el menor espacio de tiempo posible, por el camino que ya había tomado la mayor parte del mundo civilizado: la industrialización. Fuera del mundo comunista, el rasgo más sorprendente del marxismo ha sido su relativo fracaso a la hora de atraerse adherentes en aquellos países y entre aquella gente que supuestamente reunían más condiciones para ello. No han sido las zonas capitalistas más industrializadas ni los obreros industriales los que han aceptado el comunismo, sino las zonas agrícolas del mundo, los campesinos y una pequeña fracción de la intelectualidad europea. En ningún lugar del mundo han conseguido el poder por métodos constitucionales, y no es aventurado concluir diciendo que, vistos los intentos de conseguir el poder por otros medios, aparte de la acción militar, los resultados no justifican el esfuerzo.

6. La propaganda y los medios de comunicación de masas

Una equivocación muy común es la de confundir la comunicación de masas con los medios de comunicación de masas, como la televisión, la radio, el cine, los periódicos modernos y los libros o revistas baratos, que son los instrumentos mediante los cuales se transmite en la actualidad. El problema de la comunicación de masas existe desde hace mucho, y aunque los avances tecnológicos le dieron un gran impulso, el incremento de la riqueza, del tiempo libre y de la educación de las clases más bajas que se ha producido a lo largo de la historia de las naciones industriales habría producido sin duda una gran expansión del consumo cultural de calidad variable, incluso sin los nuevos medios de comunicación que surgieron fundamentalmente en el siglo actual. Platón, en *Fedro*, pone en boca de Sócrates la misma opinión sobre la invención de la escritura que la que mantienen muchos en el momento presente con relación a otros medios, tales como la radio y la televisión:

> ...creará el olvido en el espíritu de los que la aprendan porque ya no utilizarán sus memorias, confiarán en la forma de la palabra escrita y no recordarán por sí mismos. Parecerán omniscientes y, por lo general, no sabrán nada; serán una compañía aburrida, teniendo la apariencia del conocimiento pero no su realidad.

La verdadera expansión de la comunicación de masas por medio

de la palabra impresa comenzó en la Inglaterra del siglo XVIII con el ascenso al poder de las clases medias; fue en esa época cuando el escritor comenzó a depender económicamente del público en vez del patronazgo aristocrático; las obras literarias iban dirigidas a la población en general, en lugar de limitarse a los eruditos y miembros de las clases privilegiadas, y el autor pasó a ser escritor profesional que escribía por encargo del comercio del libro, que crecía rápidamente. El cliente pronto tuvo a su disposición casi toda la gama de productos literarios que nos son familiares hoy día, desde el periódico, la revista semanal informativa, las gacetas con los programas teatrales y de variedades, resúmenes de libros, etcétera, hasta el equivalente dieciochesco de las modernas revistas sensacionalistas del tipo de *True Stories*. La novela se hizo cada vez más popular y, posteriormente, llegó a ser editada en formato de bolsillo y dividida en volúmenes para facilitar su transporte; también se convirtió en práctica común la publicación de los relatos de ficción por entregas y con ilustraciones en las páginas de los semanarios, como hizo (mucho más tarde) Dickens publicando sus *Sketches by Boz* con ilustraciones de George Cruikshank. Las antologías o selecciones de escritores modernos o clásicos, las reediciones baratas, los restos de tiradas y la reventa de libros de segunda mano forman parte de la escena del siglo XVIII, y el librero, que solía ser la misma persona que el editor, hacía esfuerzos sobrehumanos para dar salida a su mercancía; las reseñas elogiosas (que por aquel entonces se llamaban *puffery*)* representaban por lo menos la mitad del total de los anuncios publicados en revistas. Los títulos sugerentes, el respaldo del libro por parte de alguna figura famosa e incluso el soborno de los críticos literarios de revistas que eran propiedad del librero editor o en las cuales tenía fuertes intereses, eran alguno de los métodos menos descarados para atraer a los lectores. La primera biblioteca circulante se inauguró en 1740 y a finales de siglo había más de mil en Londres y provincias; dichas bibliotecas estaban a menudo en manos de libreros, quienes además fomentaban los muchos clubs del libro y sociedades literarias que habían surgido por todo el país. La mayor biblioteca circulante fue la de un librero llamado Charles Edward Mudie; la firma llegó a tener en sus momentos de mayor esplendor unos tres millones y medio de libros en circulación, con un «famoso servicio de transporte de puerta a puerta» para aquellos clientes que no podían

* Término intraducible que viene a significar «anuncio con elogio exagerado de una cosa». [*N. del T.*].

desplazarse en persona, servicio que realizaban a diario ocho furgones.

Hacia 1850 la nueva sociedad de masas ya estaba consolidada tanto en Gran Bretaña como en América, y la clase dominante era la clase media. Frente al torrente de la literatura popular, los artistas creativos como Stendhal habían comenzado a sentirse aislados y, en defensa propia, comenzaron a proclamar la doctrina de «el arte por el arte», un arte que sólo podían comprender las minorías y tenía que permanecer para siempre inaccesible a las masas. La aristocracia, temiendo los resultados de la Revolución francesa, reaccionó mandando imprimir un gran número de folletos moralistas y religiosos para el consumo especial de las clases bajas, pero sus esfuerzos quedaron anulados por ulteriores innovaciones técnicas que hicieron posible una producción aún mayor de literatura moderna que barrió por completo a los mediocres y «edificantes» folletos. Los más importantes escritores británicos tomaron partido por uno u otro bando en esta batalla, a favor o en contra del *establishment* frente al pueblo común. En su prólogo a la segunda edición de sus *Baladas líricas*, Wordsworth escribía sobre la amenaza que representaban las «novelas frenéticas, las empalagosas y estúpidas tragedias alemanas, y el diluvio de frívolas y extravagantes historias en verso» que reducen la mente a «un estado de torpeza casi salvaje», mientras Matthew Arnold, más preocupado por la pérdida de los valores espirituales, arremetía contra los productores de literatura para el consumo masivo:

> Mucha gente intentará darle a las masas, como ellos las llaman, un alimento intelectual preparado y adaptado de la forma que consideran más adecuada para las actuales condiciones de las masas. La literatura popular ordinaria es un ejemplo de esta forma de actuar sobre las masas.

Arremetió incluso contra los juegos y deportes que, aunque pudieran resultar en la consecución de «un tipo físico mejor con el que trabaja en el futuro», hacen de hecho que «se sacrifique mientras tanto a toda nuestra generación de muchachos y jóvenes.» William Hazlitt adoptó una postura igualmente pesimista:

> El gusto público está por tanto necesariamente viciado en la medida en que es público; queda rebajado con cada infusión de opinión pública que recibe. Cuanto mayor sea el número de jueces, menor será su capacidad para juzgar... asimismo puede decirse que la decadencia de las artes es una consecuencia necesaria de su progreso.

La Royal Academy, que también entonces era criticada, fue descrita como «una sociedad de buhoneros», y Hazlitt añadía:

Un artista de moda y un peluquero de moda tienen los mismos principios comunes de teoría y práctica; el uno prepara a sus clientes para que entren con *éclat* en un salón de baile, el otro, en la Gran Sala de la Real Academia.

Dos hombres que, a pesar de tener cualidades muy diferentes, tomaron partido a favor de las masas fueron sir Walter Scott y John Wesley. Este último casi podría ser descrito como uno de los pioneros del libro barato y de la educación popular, así como de la revista propagandística religiosa. Cuando veía un libro que consideraba útil, lo publicaba. Así proporcionó a los metodistas los *Night Thoughts* de Young, Tomás de Kempis, el *Fool of Quality* de Brooke, e hizo que salieran de sus prensas tratados de historia y de medicina, biografías y trabajos científicos, muchos de ellos escritos por él mismo. Scott nunca ocultó el hecho de que escribía para el consumo popular y por el dinero que podía ganar de ese modo: «No me importa quién lo sepa —yo escribo para el entretenimiento general—». Porque, añadía, «...ha sucedido a menudo que aquellos que han sido mejor recibidos en su época, han seguido siendo aceptados en la posteridad. No tengo tan mal concepto de la generación actual como para suponer que de su favor en el presente se deduzca necesariamente una condena en el futuro». Pero, como escribía en 1837 un escritor anónimo al *Edinburgh Review*, eran los periódicos los que poseían la clave del futuro inmediato:

Por baratos que sean los libros y por muy popular que sea su lenguaje, es difícil que los lean los ignorantes... Pero en cambio todos los hombres leerán las NOTICIAS; y tratándose del periódico que publica la crónica de lo sucedido en el mercado de la ciudad vecina, hasta los campesinos, los mozos de cuadra y los jornaleros, no sólo lo leerán sino que lo devorarán. He aquí, pues, un canal a través del cual, junto a los comentarios políticos y los sucesos del día, los amigos del progreso humano y los juiciosos promotores de la educación general pueden difundir la mejor información, pudiendo llevar fácilmente a todas las clases, incluso a las más humildes, por los caminos del saber.

Tales «amigos del progreso humano» habrían de enfrentarse a una situación nueva en 1870, año del Decreto sobre Educación Elemental, pero para entonces los innovadores originales ya estaban afianzados en sus posiciones; el público al que se dirigían era esencialmente un público de clase media. Era, como dice Francis Williams*, el público de la ambiciosa pequeña burguesía que se abría camino en el mundo. Aunque imitaban a sus benefactores

* *Dangerous Estate: The Anatomy of Newspapers*, Grey Arrow Books.

sociales, esa gente no podía ni permitirse ni digerir periódicos como *The Times,* y el *Morning Post* era demasiado aristocrático y conservador para su gusto: lo consideraban un periódico para duques —o para sus mayordomos—. Lo que querían era un sucedáneo respetable y barato de la prensa diaria de las clases superiores, y que, como todo buen sucedáneo, se pareciera lo más posible al original, aunque con un gusto menos sofisticado. Surgieron así el *Daily Telegraph,* que se había desprendido de su radicalismo inicial; el conservador *Morning Standard;* el liberal *Daily News;* y el *Daily Chronicle,* dirigido a los gremialistas liberales de la clase de los comerciantes. Todos estos periódicos eran para hombres establecidos o en vías de establecerse en su posición social, estaban muy politizados, eran prolijos y de interés restringido; en resumidas cuentas, eran muy aburridos e ignoraban totalmente el hecho de que las mujeres también sabían leer. Los editores y propietarios de periódicos ignoraban también a la gente salida de las escuelas elementales, público de clase media baja y proletaria que deseaba cultivarse y entretenerse. En otro tiempo Cobbett había escrito para este grupo, como también Hetherington con su *Poor Man's Guardian* y Charles Knight con su *Penny Magazine,* que apareció en 1832 y vendía 200.000 ejemplares a la semana. Eduard Hulton inició en Manchester una serie de publicaciones vespertinas a medio penique para cubrir el reciente interés por el deporte que había surgido con el primer Campeonato de Fútbol en 1871, el Campeonato Australiano en 1878 y el comienzo del fútbol profesional en 1885.

Sin embargo, los periódicos importantes no se ocuparon de este público, y habría de ser George Newnes en Manchester quien sacara a la luz un nuevo tipo de periódico para el consumo popular. Estando sentado junto a su esposa, leyendo una columna de un periódico vespertino, exclamó: «Esto es lo que yo llamo un bocado *(tit-bits)* interesante. ¿Por qué nadie saca un periódico entero formado de extractos así?» «¿Y por qué no lo haces tú?», dijo ella. El resultado recibió el nombre de *Tit-Bits* (extractos de los libros, revistas y periódicos más interesantes del mundo). Venía a ser una especie de *Reader's Digest* de pocas luces y resultó ser un éxito completo, compartido con su colega, más estable, el *Strand Magazine.* Al cabo de tres meses, *Tit-Bits* estaba vendiendo 900.000 ejemplares —tres veces más que el *Daily Telegraph.*

Seis años después de la salida del *Tit-Bits,* T. P. O'Connor sacó a la luz el primer periódico vespertino de corte moderno, el *Star,* dirigido al mismo público, mientras Alfred Harmsworth (más tarde lord Northcliffe) sacaba el *Answers,* semanario del mismo estilo que *Tit-Bits,* descrito como «un almacén semanal

de información interesante». Aunque lento en sus comienzos, *Answers* alcanzó un éxito fulgurante cuando Northcliffe ofreció un premio de una libra a la semana de por vida para quien mejor estimara la cifra de dinero que había en el Banco de Inglaterra en un determinado día; escribieron 700.000 personas y el periódico se difundió entre millones. Luego le siguieron, en 1890, *Comic Cuts,* el primer «tebeo» del mundo, *Home Chat,* para el ama de casa, el *Sunday Companion, The Boy Friend* y muchos otros.

El primer diario que reflejó este cambio en las relaciones entre la prensa y el público, el triunfo del sensacionalismo en el periodismo, fue el *Daily Mail,* publicado por Northcliffe el 4 de mayo de 1896; era un periódico de medio penique, con ocho páginas y anuncios en primera plana, descrito como «Un periódico de un penique a sólo medio penique» y «El diario del hombre ocupado». Dentro tenía secciones dedicadas a noticias locales y extranjeras, un capítulo de una novela por entregas, una columna de comentario político, ecos de sociedad, deportes, cotizaciones de Bolsa, y una serie de crónicas para la mujer. Entre otros aciertos del vasto imperio periodístico de Northcliffe estaban el *Evening News,* el *News of the World* y el *Daily Mirror,* que, comenzando como periódico «escrito por damas para las damas», se transformó al poco tiempo en el primer periódico ilustrado popular. En 1959, uno de cada dos ciudadanos jóvenes leía el *Daily Mirror,* y uno de cada tres en grupo de edades superior leía el *Daily Express* de lord Beaverbrook; en 1961 los directores del grupo *Daily Mirror* podían tomar decisiones sobre la política editorial a seguir por las revistas femeninas que leían ocho de cada diez mujeres y chicas británicas. Eso era verdaderamente una circulación masiva.

La radiodifusión comenzó en Gran Bretaña con la creación de una sociedad limitada, la British Broadcasting Company, que, combinando los intereses de seis grandes empresas fabricantes de equipos eléctricos y aparatos de radio, obtuvo una licencia del Director General de Correos en 1922. Sus ingresos provenían de los permisos de recepción comprados en la Oficina de Correos y de los *royalties* por la venta de aparatos de radio. En 1927, por recomendación del Comité Crawford, se constituyó una empresa estatal, la British Broadcasting Corporation, como monopolio concedido por Privilegio Real. Como tal, la BBC tiene ciertas obligaciones para con el gobierno (por ejemplo, cualquier ministerio puede pedirle que transmita información considerada de importancia para el público), pero no está ni controlada ni dirigida por ningún organismo gubernamental, sino que está encabezada por una Comisión Rectora nombrada por la Reina a través del

Primer Ministro y dirigida por un Director General y una plantilla profesional al servicio de la Comisión. Se financia con el dinero de las licencias y, hasta cierto punto, con el producto de la venta del *Radio Times*, su semanario informativo. La BBC cubre el servicio local con cuatro emisoras: «Home Service» o Programa Local (con el que enlazan seis emisoras locales regionales que cubren Escocia, Gales, Irlanda del Norte y el Centro, Norte y Oeste de Inglaterra y que pueden sustituir sus programas por algunos de los del «Home Service»); el Programa Ligero («Light Programme»), el Tercer Programa («Third Programme»), de tono más serio, y la Cadena Tres («Network Three»), pensada para una minoría más especializada y que fue introducida a finales de 1957 utilizando las frecuencias del Tercer Programa. En su origen la BBC estaba dedicada a una política de promoción cultural del radioescucha medio y cada uno de estos programas representaba un nivel jerárquico, con la esperanza de que el que escuchaba el Progtama Ligero ascendiese al nivel proporcionado por el Local y, en último término incluso a la altura vertiginosa del Tercero y de la Cadena Tres. Pero parece que esa política ha sido abandonada hace unos años.

El primer Privilegio Real fue renovado en 1937, tras considerar el Parlamento el informe del Comité Ullswater, confiándosele además a la BBC la difusión televisada, que se había iniciado el 2 de noviembre de 1936 con una retransmisión desde el Alexandra Palace, la primera de alta definición que se hacía en el mundo. La televisión, como la radio, fue un monopolio de la BBC hasta 1954, en que el Parlamento (tras mucho cabildeo de los grupos de presión) aprobó la creación de la *Independent Television Authority*, que comenzó a competir con la BBC en 1955. Los programas de la ITA los proporcionan empresas privadas, que a su vez, venden espacios publicitarios. El nivel cultural de la ITA corresponde al del Programa Ligero de radio de la BBC, mientras que los programas de televisión de la BBC corresponden en general a los de su Servicio Local de radio.

En América, según encuesta de la UNESCO, existía casi un receptor por persona y por lo menos un aparato de televisión por cada cinco espectadores. Las cadenas de radiodifusión son de propiedad privada y funcionan como empresas lucrativas, pero desde 1927 existe una Comisión Federal de Comunicaciones que concede licencias (requisito previo a la instalación de una emisora), establece las longitudes de onda y decide las horas de emisión de cada centro emisor. Cada emisora de radio o de televisión es responsable de los programas que emite: algunos de éstos son de producción propia, pero muchas emisoras estan asociadas

a una u otra de las redes nacionales o locales que distribuyen programas. Las cadenas nacionales poseen estudios propios en las grandes ciudades, pero las emisoras asociadas se proporcionan a sí mismas la mayor parte de los programas, cubriendo los huecos de su programación con los programas suministrados por las grandes cadenas. En los Estados Unidos hay cuatro grandes cadenas de radiotelevisión; la mayor es la *Mutual Broadcasting System* (MBS); otras son la *National Broadcasting Company* (NBC), la *Columbia Broadcasting System* (CBS) y la *American Broadcasting Company* (ABC). Las emisoras de televisión operan de forma similar; de las 500 que hay, unas 22 transmiten material educativo, estando financiadas por fondos proporcionados por donaciones privadas de fundaciones y otras entidades. Sin embargo, la mayoría de las emisoras se financian a través del tiempo de emisión vendido a los anunciantes; en algunos casos son patrocinadores locales que negocian directamente con la emisora, pero a nivel nacional los contratos de publicidad en las grandes cadenas se suelen hacer a través de las agencias publicitarias de la Madison Avenue de Nueva York. El anunciante puede comprar el tiempo de «cuñas» publicitarias, como en el caso de la ITA británica, o bien patrocinar determinados programas, ya sean producidos en los propios estudios de la cadena, por productores independientes o creados por las agencias de publicidad. Así pues, y al contrario de lo que sucede en la televisión comercial británica, el anunciante suele controlar el contenido de los programas. El público recibe las emisiones gratuitamente, y como existe gran competencia para captar su atención los programas suelen ser de naturaleza más sensacionalista que los de la no competitiva BBC, especialmente en los últimos años en que han aumentado los programas patrocinados por los anunciantes que prácticamente escapan al control de las cadenas y de sus estudios. Como las agencias de publicidad no se dedican realmente a la difusión, no están sometidas a la regulación de la Comisión Federal para las Comunicaciones. El sistema americano difiere en todas estas cosas del británico y de la mayoría de los sistemas europeos, que dependen del dinero obtenido por la venta de licencias.

La radiodifusión en la Unión Soviética depende del Ministerio de Comunicaciones y su política se decide en los comités de radio de cada república. Todo el sistema difiere sorprendentemente del resto de los países industrializados; así, los receptores de radio que nosotros utilizamos son menos corrientes que los aparatos conectados por hilo telefónico a los centros de emisión. En 1957 había 30.000 centros de transmisión conectados a dieciséis millones de altavoces particulares que sólo permiten sintonizar

unas cuantas emisoras emitidas por el centro; para 1960 se tenía previsto doblar esa cifra*. Existen tres programas nacionales: Radio Moscú, con un servicio para el extranjero en treinta y seis idiomas (en 1957); el Programa Alternativo y el Tercer Programa. En segundo lugar, el sistema está planteado y opera según una filosofía sujeta a la línea del Partido, por lo que su contenido difiere en muchos aspectos del de los países no comunistas: apenas existe el concepto de noticia entendido como la información rápida y objetiva de los acontecimientos de actualidad, siendo reemplazada por la edición selectiva de acontecimientos pasados y presentes interpretados en términos de la ideología soviética**; tienen prioridad los programas de cultura soviética, que abarcan no sólo materias de índole cultural en el sentido amplio de normas sociales, sino también selecto material artístico (más de la mitad de las emisiones son musicales, especialmente de música clásica); los programas de esparcimiento desempeñan un papel relativamente insignificante, a no ser que se compruebe que sirve para mejorar el nivel intelectual del espectador o del radioescucha. Por último, los programas locales muestran un alto grado de especialización, conteniendo, por ejemplo, programas especiales para agricultores, transmitidos a través del hilo telefónico. La radiotelevisión soviética es, por consiguiente, un instrumento propagandístico ideado para evitar en lo posible toda influencia exterior, inculcar una ideología determinada, educar a la gente en una actitud bien definida hacia los sucesos de actualidad y elevar el nivel cultural del pueblo en un sentido educativo***.

Hasta ahora hemos hecho un breve recorrido por los tres medios de comunicación de masas más importante, y volveremos sobre el tema más adelante; ahora es necesario insistir sobre el modo

---

* Según *Izvestia,* el número de receptores de radio normales era de 62.500.000 en 1960.

** Por ejemplo, acontecimientos de suma importancia, como la crisis de Cuba o la agresión de China a India, permanecen ignorados por el ciudadano soviético hasta varios días después de haberse producido, cuando las autoridades del gobierno han decidido la forma de presentarlos.

*** Los sistemas de control de radio y TV descritos corresponden a la clasificación que hace Raymond Williams en su libro *Communications* (Penguin): el autoritario (Unión Soviética), el paternalista (BBC), y el comercial (ITA y EE.UU.). La cuarta categoría de Williams, que él llama «democrática», supone la propiedad pública total y el control por parte de los trabajadores, aunque admite que, hasta ahora, «sólo podemos hablar de ella e imaginarla».

en que realmente opera la comunicación de masas y estudiar, por tanto, su público, su contenido y sus efectos sociales.

En términos generales, la comunicación de masas se puede dividir en cuatro categorías funcionales principales: 1) la vigilancia del entorno, o suministro de *noticias;* 2) los comentarios sobre temas de actualidad o noticias, que adoptan la forma de actividades *editoriales* o *propagandísticas;* 3) la transmisión de la herencia social o *educación*, ya sea en el sentido de educación formal o en el de provisión de normas sociales; 4) *variedades* (diversión).

Las noticias, como dice Charles R. Wright, son una herramienta para la vida cotidiana, pero un exceso de noticias puede tener ese efecto indeseable que los sociólogos americanos denominan «privatización» o, en otros casos, «narcotización». En el primer tipo de respuesta el individuo se siente abrumado por la desagradable realidad y le vuelve la espalda, dedicándose «a cultivar su propio huerto» e ignorando lo que sucede a su alrededor. En el segundo caso, la mera posesión de noticias se convierte en un fin en sí misma, sin inducir ninguna acción positiva. De ahí que tengan tanta importancia la selección de noticias y la interpretación de los acontecimientos, pues la gran mayoría de la gente no está en situación de comprender el significado de los hechos presentados al desnudo. Por ejemplo, el brote de una epidemia de poliomielitis es un hecho alarmante, y es importante que una personalidad médica trate de darle al público, a través de los medios de comunicación de masas, una explicación sensata del verdadero alcance del problema, evitando así el pánico y permitiendo que la gente adopte medidas de una forma tranquila y racional.

Los aspectos educativos y de entretenimiento de la comunicación de masas son mucho más contravertidos y hablaremos de ellos más adelante. Para nosotros la cuestión candente está en saber si, como mantienen algunos, elevan el nivel cultural de la población en general y proporcionan una diversión inofensiva que se utiliza selectivamente, o si, por el contrario, al proporcionar una diversión ilimitada, debilitan la disposición de la gente para prestar atención a pensamientos más serios y, al proporcionar material positivamente nocivo, incitan a la delincuencia. El problema no admite una respuesta sencilla, porque es evidente que las comunicaciones de masas pueden tener efectos distintos sobre diferentes tipos de gente. Por ejemplo, un estudio comparativo de dos grupos de trabajadores administrativos parecía demostrar que el grupo que realizaba un trabajo más especializado e interesante seguía un criterio selectivo en el empleo de los medios de comunicación, mientras que aquellos que efectuaban un trabajo más monótono observaban dos extremos de conducta: o bien se dedicaban excesi-

vamente a los medios de comunicación de masas, estando todo el día pegados a la radio o a la televisión o acudiendo al cine varias veces a la semana o, en el otro extremo, se retraían a un aislamiento que les llevaba a la barra del bar o al deterioro de la vida hogareña. Las comunicaciones de masas también afectan al artista creador; es improbable que se muera de hambre, pero tampoco se le paga por realizar su función más creativa. El hombre de la masa, el *admass** de Priestley, es supuestamente insensible a la contemplación; ha establecido una separación absoluta entre la producción artística por un lado y la vida laboral y comunitaria por el otro; y tiene cada vez menos claro para quién trabaja el artista creativo, con el resultado de que éste se ve obligado a dirigirse a un grupo cada vez más reducido de expertos. Paul Lazarsfeld se queja de que los medios de comunicación de masas

> ...pongan el énfasis en los fugaces acontecimientos del momento y debiliten la conexión de la gente con el pasado tal y como se manifiesta en los mitos y en el tipo de simbolismo que proporciona la literatura épica o la Biblia. Esto tiene consecuencias fatales para el artista, pues su creatividad consiste esencialmente en suministrar nuevas variaciones de temas perennes.

Se dice que la gente ha perdido la capacidad de tomarse en serio los temas culturales, opinión que expresa T. W. Adorno cuando declara que «la radio ha convertido la Quinta Sinfonía de Beethoven en un *hit* fácil de silbar», es decir, que la cultura popular ha hecho de los clásicos algo para ser consumido en vez de comprendido.

Pero ¿qué es la comunicación de masas? Se ha definido como la comunicación dirigida a un público relativamente numeroso, heterogéneo y anónimo. El término no es aplicable a todas y cada una de las ocasiones en que se utiliza un medio de comunicación de masas; por ejemplo, un pequeño grupo de médicos que asisten a una operación quirúrgica retransmitida a través de un circuito cerrado de televisión no participan en una comunicación de masas, ni tampoco una familia que asiste a la proyección de una película en el salón de casa. Entendemos por público «numeroso» el que, por su número y por la duración de la comunicación, excluye toda interacción «cara a cara» entre el comunicante y cada uno de los miembros. El término «heterogéneo» excluye las comunicaciones a un público especializado o selecto y hace referencia a agrupaciones de individuos que ocupan posiciones

---

* *Admass:* parte de la población que está considerada como fácilmente influida por los actuales medios de publicidad o propaganda comercial, conjunto de consumidores que tienen poco sentido crítico. [*N. del T.*].

muy diversas en la sociedad con respecto al sexo, edad, clase social, ocupación, religión, nacionalidad, nivel de educación, ubicación geográfica, etcétera. Por último, el criterio del anonimato implica que los individuos que forman parte del público permanecen personalmente desconocidos para el que hace la comunicación; no significa que todos los miembros se desconozcan necesariamente entre sí, aunque en ciertas condiciones eso también ocurra. El individuo puede escuchar la radio o ver la televisión en compañía de su familia; se puede formar pequeños grupos para escuchar la radio en lugares públicos o semipúblicos como sucede en la Unión Soviética y en otros lugares; incluso, cuando está físicamente aislado, cada miembro del auditorio suele estar ligado a una serie de grupos primarios o secundarios que en última instancia modifican en grado diverso el mensaje del comunicado. Pero, por lo que respecta al comunicante, su mensaje está a disposición de cualquiera que desee escucharlo o mirarlo. Las comunicaciones de masas están dirigidas al público en general y suelen ser rápidas y pasajeras; rápidas en el sentido de que están concebidas para ser utilizadas en períodos relativamente cortos de tiempo, a diferencia de las obras de arte como edificios, pinturas y esculturas, que pueden existir durante siglos; y pasajeras en el sentido de que aunque se pueden grabar o filmar, se destinan al consumo inmediato. El público masivo se compone en su mayor parte —o al menos eso es lo que se ha pensado hasta ahora— de individuos anónimos escasamente organizados y que no interactúan entre sí. Una multitud también está formada por individuos anónimos, pero mientras perdura, se suele dar cierta interacción y por lo menos están organizados hasta el punto de ser capaces en ciertas ocasiones de llevar a cabo una acción concertada. Hay, por supuesto, ocasiones únicas (como la reacción de pánico que siguió a la retransmisión que hizo Orson Welles de una invasión de Marte, que muchos creyeron que era cierta) en las que se puede producir una acción colectiva a partir de una comunicación masiva, aunque sin llegar a la unidad de propósito que caracteriza a la multitud; pero lo cierto es que siempre se ha considerado que la interacción era la excepción y no la regla.

Sin embargo, las investigaciones y observaciones realizadas al respecto han ido desacreditando esta visión del público masivo como un conglomerado que no interactúa ni está organizado; aparte del hecho evidente de que el público de un cine, por ejemplo, participa en una experiencia de grupo, hay abundantes pruebas de que la afiliación de grupo de los componentes del público afecta a su selección y dé respuesta a la comunicación de masas. Por ejemplo, John y Matilda Riley descubrieron que

los niños que se llevaban bien con los miembros de su grupo de edad demostraban menos interés por los programas de radio y televisión de acción y violencia y, en la medida en que mostraban algún interés por tales programas, solían utilizar la información recibida para apoyar sus juegos de grupo. Por otra parte, los niños socialmente aislados no sólo preferían dichas historias sino que solían regodearse en sus aspectos más mórbidos y violentos. Tampoco es cierto que la comunicación de masas llegue siempre hasta el individuo de forma directa, porque es frecuente que le llegue indirectamente a través de un tercero. La gente que transmite mensajes de este modo son los llamados creadores de opinión de un grupo, que pasan la información oralmente o, de forma más indirecta, la incorporan a los consejos que reparten en sus círculos de influencia.

Paul Lazarsfeld y sus colegas hicieron algunas observaciones interesantes sobre una muestra de 600 personas que representaban a la población de Erie County, Ohio, durante la campaña presidencial americana de 1940. El objetivo primordial era saber por qué la gente votaba a un determinado candidato, y la investigación se llevó a cabo a través de entrevistas con los componentes de la muestra seleccionada, efectuadas mensualmente desde mayo hasta noviembre, es decir, antes y durante la campaña electoral. Fue posible estudiar así el desarrollo y cambio de opiniones y actitudes de los miembros del grupo representativo y determinar el impacto de la campaña política y la influencia de los medios de comunicación de masas sobre la intención de voto. El descubrimiento más importante fue que había muy pocos indicios de que la campaña hubiese influido de una forma directa en cambiar el voto de la gente y que el efecto más notable del esfuerzo masivo fue confirmar la intención original de algunos ciudadanos y despertar la predisposición latente de otros. Se descubrió que la gente era muy selectiva y que la mayor parte sólo prestaba atención al material que confirmaba sus opiniones originales. Los republicanos atendían a la propaganda republicana y los demócratas a la suya. El estudio demostraba una y otra vez que la gente votaba en grupo, es decir, que la gente que pertenecía a la misma iglesia, familia o club social tendía a votar por el mismo candidato. Parece ser que esto no se debía tanto a que tales individuos perteneciesen al mismo ambiente y compartiesen los mismos intereses como al hecho de que, como admitieron los individuos entrevistados, las discusiones políticas en privado habían influido en ellos más que las alocuciones radiadas o la palabra escrita. Se investigó también quiénes eran los creadores de opinión cuya influencia tenía mayor importancia en la opinión del grupo (la técnica emplea-

da para ello es irrelevante para nuestro propósito), y surgieron algunos otros datos interesantes: 1) la creación de opinión estaba distribuida por toda la estructura social, demostrando que la influencia personal no sólo fluye de arriba a abajo, sino también horizontalmente entre los miembros de la misma clase social o del mismo grupo de *status:* 2) según se demostró, las personas que ejercían esta influencia llevaban, como cabría esperar, una vida política activa y estaban al tanto de los acontecimientos políticos, que seguían con gran interés; 3) estos individuos estaban más expuestos a la campaña de los medios de comunicación de masas que los demás; y 4) hubo pruebas de que los creadores de opinión utilizaban la información así obtenida para informar y aconsejar a sus seguidores. Una de las funciones de los creadores o líderes de opinión es la de actuar de mediadores entre los medios de comunicación de masas y el resto de la gente, no siendo cierto, al menos en esa investigación, que los individuos obtengan la mayor parte de su información directamente de los periódicos, la radio y demás medios. La teoría de que la información fluye de los medios de comunicación de masas a las personas con influencia sobre la opinión y de éstos a la masa del público se describe como la hipótesis «bi-etápica» del flujo de información.

Robert Merton realizó otro estudio sobre los líderes de opinión en una pequeña comunidad de unas once mil personas en el este de los Estados Unidos, aunque esta vez se trabajó sobre opiniones de naturaleza más genérica. De este estudio se deducía la existencia de dos tipos de personas con influencia sobre la opinión, que Merton describe como tipos *local* y *cosmopolita*, ocupándose el primero principalmente de los asuntos de la comunidad y el segundo del mundo exterior más amplio a la comunidad. El tipo local suele ser un nativo de la comunidad, mientras que el cosmopolita suele haber viajado y es, relativamente, un recién llegado a la comunidad; los líderes de opinión locales, como los comerciantes, se preocupan de conocer al mayor número posible de miembros de la comunidad, mientras que los cosmopolitas son más restrictivos en sus relaciones y tienden a mantener amistades de su mismo *status.* Ambos grupos utilizan los medios de comunicación de masas con más asiduidad que el resto de la gente; por ejemplo, ambos leen revistas con mayor frecuencia que el término medio de la población, pero el cosmopolita lee más, especialmente revistas informativas del tipo de *Time* y *News Review*, que son un importante punto de contacto con el mundo exterior y proporcionan una información que le ayuda a reducir su relativo aislamiento social y le permite mantener su supremacía en temas que no son locales. También suele leer los grandes periódicos de Nueva York, con

preferencia sobre los periódicos locales. Además, mientras que el líder local suele emitir su opinión sobre todo tipo de temas, la influencia del cosmopolita se suele limitar a los temas en los que se le tiene por un experto, como pueden ser las modas, los asuntos nacionales o internacionales, la economía o cualquier otro tema.

La importancia de las relaciones «cara a cara» a la hora de influir en las opiniones ha sido demostrada nuevamente por un estudio de Katz y Lazarsfeld llevado a cabo sobre una muestra aleatoria de 800 mujeres de la ciudad de Decatur, Illinois, que cuenta con unos 60.000 habitantes. Se demostró que los contactos personales tienen más importancia que cualquiera de los medios de comunicación de masas (el más influyente era la radio, y los que menos, los periódicos y revistas) en lo referente a la elección de modas, selección de películas y adquisición de artículos. Lazarsfeld sugiere cinco razones por las que la comunicación de tipo personal es más eficaz como medio de persuasión que la comunicación de masas directa: 1) los contactos personales son más informales, más difíciles de evitar y aparentemente menos dirigidos a un fin que las comunicaciones de masas, con las que, como hemos visto, la gente tiende a ser muy selectiva; 2) el contacto cara a cara permite una mayor flexibilidad, en el sentido de que el comunicante puede modificar su discurso según las resistencias del auditorio; 3) las relaciones personales directas que se producen en un contacto cara a cara pueden acrecentar la recompensa por aceptar el mensaje o el «castigo» por rechazarlo; 4) la gente suele confiar más en alguien conocido que en la impersonalidad de una comunicación de masas; y 5) mediante los contactos personales el comunicante puede conseguir a menudo su propósito sin que de hecho convenza al público de que acepte su punto de vista; por ejemplo, es posible hacer que un amigo vote en una elección sin alterar ni su interés por la campaña ni su postura.

Los numerosos análisis que se han realizado después de la guerra han venido a demostrar generalmente una tendencia al «todo o nada» con respecto a la exposición a los medios de comunicación de masas. Es decir, la gente que utiliza mucho un medio de comunicación suele hacer uso también de los demás, y aquellos que evitan un medio suelen restringir también el empleo de los otros. Los diversos medios compiten naturalmente entre sí hasta cierto punto (por ejemplo, el cine y la televisión, la televisión y la radio), pero es un hecho que algunas personas viven más pendientes de los medios de comunicación que otras. La observación más sorprendente quizás sea el grado de autoselección que se produce: los que tienen convicciones políticas leen los periódicos

que corresponden a sus opiniones, y los que tienen un determinado interés leen las secciones de los periódicos que mejor lo recogen. Las mismas cosas que ya se han oído por la radio se leen después en los periódicos. Los intereses están más condicionados por el papel social que se desempeña que por cualquier característica psicológica distinguible: las personas con educación universitaria leen más libros y revistas que el resto; una gran parte del público asiduo al cine está compuesto por jóvenes de educación media; los programas serios (música clásica, conferencias, etc.) atraen más a las personas mayores y cultas y menos a los jóvenes con un nivel de formación más bajo. Lo cual no es debido a la mayor capacidad de lectura de los más ilustrados, pues las preferencias siguen reflejándose en la radio y en la televisión. Concluye Lazarsfeld:

> ...en general, por tanto, la gente no busca experiencias nuevas en los medios masivos, sino una repetición y una elaboración de sus antiguas experiencias en las que puedan proyectarse más fácilmente.

En otro contexto, esta actitud selectiva se aplica aún más claramente a la propaganda propiamente dicha. En 1947 hubo una campaña de información pública en Cincinnati, Ohio, presentándose información sobre las Naciones Unidas y sobre asuntos internacionales. La campaña fue iniciada por varias organizaciones públicas, incluida la Asociación Americana para las Naciones Unidas. Los habitantes de Cincinnati fueron sometidos a un bombardeo de propaganda e información sobre la ONU que duró seis meses: se organizaron reuniones y conferencias, se distribuyeron panfletos, octavillas y carteles, se publicaron artículos en todos los periódicos y en la radio; pero el resultado neto fue ridículo; mientras que antes de la campaña había un 30 por 100 de personas adultas que no tenían idea de los fines de las Naciones Unidas, después de la campaña era un 28 por 100 el que permanecía en la misma situación —una ganancia neta del 2 por 100—. «La campaña fracasó», comenta Charles R. Wright, «porque no llegó a aquellos que más necesitaban del mensaje desde el punto de vista de los promotores. Es decir, no llegó a los mal informados, a los apáticos ni a los hostiles».

Un ejemplo sorprendente de interpretación selectiva es el que nos proporciona un estudio de Patricia Kendall y Katherine Wolfe, del Departamento de Investigación Social Aplicada de la Universidad de Columbia, Nueva York, en relación con las películas de dibujos contra el prejuicio racial. Las cintas mostraban las

aventuras de un personaje llamado Mr. Biggott*, caracterizado por su gran hostilidad hacia una serie de minorías étnicas americanas. Fueron proyectadas ante un grupo de 160 hombres a los que posteriormente se interrogó durante 1-3 horas para determinar su comprensión de las películas y su reacción ante ellas. Las entrevistas demostraron que unos dos tercios de los hombres habían interpretado mal el mensaje, y un gran número había entendido justamente lo contrario, creyendo que las películas estaban hechas para *crear* prejuicios raciales.

Todos estos ejemplos demuestran que la propaganda política es mucho menos eficaz que lo que se ha venido pensando, y que los medios de comunicación de masas, en particular, desempeñan un papel muy limitado a la hora de cambiar las actitudes de la gente. Su función se reduce a reforzar o cristalizar las intenciones de voto *ya existentes*, y son los hechos más que las palabras los que demuestran eficacia. El reciente resurgimiento liberal en Gran Bretaña no recibió ninguna ayuda de los medios de comunicación, e incluso se produjo sólo un año después de que el periódico liberal *News Chronicle* cerrara sus puertas, mientras que en los Estados Unidos se siguen eligiendo congresos demócratas a pesar de que los medios de comunicación son republicanos en un 80 por 100. Ya hemos resaltado la incapacidad de los países y partidos comunistas para conseguir el poder constitucionalmente en ningún país del mundo a pesar de su intensa propaganda, así como su fracaso en las campañas antirreligiosas. Y no sólo han fracasado sino que se han producido revueltas espontáneas en países cuyos medios de comunicación estaban monopolizados por el Estado desde hacía años: en Hungría y Polonia en 1956, en Alemania Oriental continuamente y, en la actualidad, la revuelta cultural de los jóvenes soviéticos. El Informe Pilkington se discutirá más adelante, pero merece la pena señalar que su creencia en el «inmenso poder de la televisión» se basaba exclusivamente en las infundadas impresiones de una serie variopinta de organizaciones que no sólo carecían de todo conocimiento especializado, sino que tampoco mencionaban para nada la enorme cantidad de investigaciones realizadas, de las cuales hemos entresacado los ejemplos arriba citados. Más adelante examinaremos la opinión expresada por autores como Raymond Williams en *La larga revolución*, en el sentido de que en la esfera cultural los medios condicionan y lavan el cerebro de los recios obreros haciendo que prefieran las películas del Oeste y los programas policiacos a Ibsen, los

---

* *Biggott* en inglés significa «fanático» o «intolerante». Se suele aplicar a las personas con prejuicios raciales. [*N. del T.*].

programas de variedades a los conciertos sinfónicos y Radio Luxemburgo o la ITA a la BBC. Los culpables de esta situación —se dice— son los «anunciantes y psicólogos de masas, los pseudocientíficos de la nueva sociedad», que presionan sobre el público con su «inalterable vulgaridad» y cuyas referencias a la soberanía del consumidor «rezuman deshonestidad». Por supuesto que los medios no poseen ese poder imparable para manipular nuestros gustos y privarnos de la libre elección. Como dice Barbara Wootton con gran sensibilidad (*New Society*, 4 de octubre 1962):

Como todos sabemos por propia experiencia, uno de los mayores problemas de las comunidades modernas, complejas y declaradamente democráticas, es la dificultad que tiene el individuo para hacerse oír. El individuo normal tiene razón cuando aplaude la invención de las técnicas contemporáneas para las encuestas de opinión, pues permiten calibrar y sopesar con exactitud cualquier matiz de opinión sobre cualquier asunto. Esta es, sin duda, una de las razones por las que dichas técnicas tienden a ser impopulares entre los políticos.

Siendo estos los métodos a través de los cuales los medios de comunicación seleccionan sus programas, es extraño, como señala Lady Wootton, que el Comité Pilkington ignorase casi por completo el hecho, repetidamente demostrado por las encuestas públicas, de que la mayoría de los espectadores preferían los programas de la ITA a los de la BBC. Desgraciadamente sucede que aunque Williams ensalza repetidamente a la clase obrera y las tradicionales virtudes socialistas de solidaridad, comunidad y camaradería, no llega a ver que éstas pueden entrar en conflicto con los valores opuestos (e igualmente socialistas) de democracia tal y como se manifiesta a través de las encuestas de opinión, libertad de elección y libertad de crítica. Lo que parecen querer el doctor Leavis y los señores Thompson, Hoggart y Williams es el poder para imponer sus propias normas culturales de una «cultura común» y de un «realismo socialista» sobre una mayoría totalmente reacia.

Se han realizado numerosas investigaciones para conocer los efectos de los programas de televisión sobre los niños, efectos que, teniendo en cuenta que hay un televisor en cuatro de cada cinco hogares británicos, tienen que ser profundos. Los efectos positivos que puedan tener no se suelen discutir, aunque hablando con los niños de ahora se suele sacar la impresión de que están mejor informados que antes; tampoco se suele considerar los efectos *indirectos* que puedan tener a la hora de establecer normas sociales de conducta con relación a los demás. Por ejemplo, con algunos niños puede darse el caso de que la constante presentación de gente cuyo nivel de vida es más elevado que el suyo o el impacto de la publicidad televisada influya sobre ellos haciendo

que adopten una actitud más competitiva con respecto a la vida, e incluso que, ante el fracaso, se entreguen a una vida criminal como única forma de alcanzar esos lujos. Por lo que sabemos de la educación del niño en el hogar, parece ser que lo que aprende no es tanto lo que sus padres le enseñan directamente como lo que se deriva de las implicaciones ocultas detrás de las actitudes de sus padres y de su propio trasfondo social; el niño que es castigado puede que aprenda a no reincidir, pero también puede aprender la lección del «no te dejarás pillar»; y lo mismo cabría decir de la televisión y los otros medios de comunicación de masas. Por tanto, si los niños normales se convirtiesen en criminales a fuerza de ver en la televisión películas de crímenes, no hay razón para pensar que no se vayan a convertir en piratas después de leer *La isla del tesoro*; pero sabemos que nadie se limita a percibir, sino que cada persona interpreta lo percibido a la luz de su propia experiencia y educación. Aunque algunos niños anormales han imitado modelos de conducta que han visto en la televisión o que han observado en los tebeos y se han ahorcado o se han matado tratando de volar como Supermán, lo cierto es que son una reducida minoría; y aunque muchos investigadores creen que las escenas de violencia, que pueden resultar inocuas para un adolescente, pueden estimular a un niño emocionalmente desequilibrado o a una banda juvenil y reforzar sus tendencias delictivas, otros creen, por el contrario, que semejantes escenas sirven en realidad como freno a la delincuencia, pues permiten que los jóvenes desahoguen su agresión de forma inocua. La popularidad de que gozan las historias de detectives entre los intelectuales sugiere que no sólo los niños sienten la necesidad de un escape.

Hilde Himmelweit ha analizado el contenido real de los telefilmes y obras televisadas para niños en relación con sus actitudes hacia los actos de violencia, trazando una distinción entre los «westerns» y las «películas policiacas» y sugiriendo que la diferencia está en el modelo convencional de «buenos» y «malos» utilizado por los primeros en contraste con la complejidad y el «realismo» de las segundas.

La lección principal de los *westerns* es que el bien triunfa sobre el mal mediante la violencia —la forma viril y también única de acción . El caso del villano nunca se plantea, no despierta simpatías, y el héroe nunca obtiene recompensa por sus hazañas. No hay indicios de conflictos internos ni indecisión.

En las películas policiacas hay tres tipos de valores explícitos:

Primero, que el crimen no compensa... Segundo, que las actividades de los criminales y las de la justicia no son tan distintas. Ambos adoptan mane-

ras rufianescas y hacen cuantas trampas sean necesarias... Tercero, que las apariencias engañan; una persona de aspecto inofensivo puede resultar un criminal (aunque raramente sucede lo contrario).

Una última diferencia importante es que en las películas del Oeste «el impacto de la violencia está suavizado porque no se utilizan primeros planos en el momento de la matanza y porque lo que se subraya es el enfrentamiento entre bandos, no entre individuos», mientras que en las obras policiacas «no se intentan eludir las consecuencias de la violencia, la cámara permanece junto al hombre que ha sido golpeado, vemos la sangre en sus manos y las gotas de sudor sobre su frente».

Sin embargo, la tendencia general de la mayoría de las investigaciones llevadas a cabo para establecer la posible conexión entre la violencia en televisión y la delincuencia ha sido la de llegar a la conclusión de que aunque semejantes influencias puedan ser de suyo indeseables, no existen pruebas de que ejerzan efecto en el niño normal, aunque pueden tener otras consecuencias en el niño inadaptado. El informe *Ciudadanos del mañana*, patrocinado por la *King George's Jubilee Trust* concluye así:

...el poder de estas influencias externas se ha exagerado a menudo y no existen pruebas de que un niño o una niña sin previas inclinaciones a vulnerar la ley haya iniciado su vida criminal tan sólo por haber visto películas de gánsteres o imágenes de conductas violentas*.

El doctor Mark Abrams, al preguntarse si «la abundancia de este material nocivo en los medios de comunicación de masas crea un ambiente general de valores indeseables en los niños normales, es de otra opinión:

Las pruebas de las investigaciones que se han llevado a cabo con niños sobre estas cuestiones son escasas y a menudo negativas. Parece ser que si se expone a niños inadaptados y a niños bien adaptados a idénticas dosis de contenido violento en los medios de comunicación de masas, los primeros, a diferencia de los otros, muestran una notable preferencia por ese material, extraen de él satisfacciones características y, en el proceso del consumo, sus problemas perduran en vez de resolverse.

---

* El estudio Nuffield sobre la televisión y los niños extrae conclusiones aún más tajantes: «la influencia de la televisión sobre las diversiones, intereses, conocimientos, concepto de la vida y valores del niño es mucho menos pintoresca y espectacular de lo que la gente suele creer».

Abrams concluye que la fuerza de los argumentos a favor de la eliminación de este tipo de material depende de cuál sea la proposición de niños inadaptados y frustrados. Si fuese muy baja, es decir, de un 1 o un 2 por 100, sería difícil justificar la introducción de la censura; pero si fuese alta, un 20 o un 25 por 100, los argumentos a favor de la censura serían irrebatibles. «Desgraciadamente... lo que no sabemos es si la proporción es del 2 por 100 o del 22 por 100.»

En lo que toca al contenido real de los programas de televisión, podemos obtener datos mucho más exactos. Se ha estimado que en 1954 la mayor parte del tiempo de emisión de la televisión en Nueva York estaba dedicada a programas recreativos (un 78 por 100 aproximadamente), y entre 1951 y finales de 1954 se dedicó un 17 por 100 del total del tiempo de programación de los programas informativos y un 5 por 100 a los de orientación (acontecimientos públicos, religión, etc.). En Gran Bretaña, durante una semana de enero de 1956, las cifras correspondientes en la BBC eran de un 67 por 100 a programas recreativos, un 24 por 100 a los informativos, y un 9 por 100 a programas de orientación, mientras que en la ITA la proporción era del 78 por 100 para los recreativos, 14 por 100 a informativos y 8 por 100 a programas de orientación. En la televisión de Nueva York, durante una semana de 1954, se producía un herido o una amenaza violenta cada seis minutos del tiempo de programación. Sin embargo, estas cifras tan alarmantes no lo son tanto si se analizan en profundidad: se demostró que, en realidad, sólo una quinta parte de tales actos violentos se producían en un contexto de tensión y «suspense», una tercera parte se producían en un contexto humorístico y el resto se producía en un contexto neutro de violencia «normal» que no iba acompañada de estímulos engendradores de tensión. En los programas infantiles se producían relativamente pocos hechos violentos en un contexto de tensión, y el 59 por 100 se producía en una situación humorística*.

Gran parte de la polémica sobre los efectos de las escenas de violencia en los niños están fuera de lugar, pues no tienen en cuenta la verdadera naturaleza de niño tal y como la muestran las modernas técnicas psicoanalíticas. Observemos que los niños escuchan los cuentos de hadas, como los de los hermanos Grimm o los de Andersen, con una mezcla de fascinación y horror —e incluso con placer— y que a menudo piden que se les repita la lectura, a pesar de que los horribles personajes del cuento se les aparecen a veces en sueños. Tal cosa sería, sin duda alguna,

* En cuanto a las tendencias actuales, véase p. 151.

una razón para evitar dichas lecturas y, sin embargo, como señala la psicólogo infantil P. M. Pickard*, vemos que los niños, *espontáneamente*, tanto consciente como, más aún, inconscientemente, se crean ellos mismos imágenes de horror y terror sin haber escuchado siquiera un solo cuento de duendes y mucho menos haber visto secuencias violentas en la televisión o haber leído tebeos de terror. Pickard escribe:

> Los niños tienen la capacidad innata para la ira; esta ira puede hacer su aparición en los primeros meses de vida; durante los ataques de ira, su pensamiento es fantásticamente horrible y mucho más feroz que el de los adultos. Si aceptamos estos descubrimientos de las investigaciones modernas, desaparecerán algunas de nuestras dificultades. El argumento de que tenemos que acostumbrar a los niños a los horrores se considera erróneo hoy día; no hay porque iniciarles en los horrores, porque los horrores que ellos ya conocen exceden con mucho de cualquier cosa que podamos experimentar los adultos.

Así, la bruja malvada con dientes de hierro es el aspecto malo de la madre, a quien el niño devoró en cierta ocasión en sus fantasías, y el gigante malo puede representar los aspectos desagradables del padre. De hecho, el relatar tales historias, que ya corresponden a algo experimentado por el niño, tiene un efecto tranquilizador cuando se escuchan en el cálido marco de la chimenea junto a una madre sonriente; el niño busca tales ocasiones como una forma de autoterapia. Incluso en una edad más avanzada, los niños normales *son* impositivos y agresivos. Así, en un grupo de 100 niños de edades comprendidas entre los 6 y los 12 años, con personalidades que iban desde la normal hasta la delictiva y neurótica, se descubrió que, en conjunto, los niños normales tenían fuertes tendencias agresivas, agudos conflictos con sus padres y sentimientos mezclados de amor y odio por sus hermanos y hermanas. En contraste con esto, los niños neuróticos mostraban un grado anormal de apego a sus familias y los niños delincuentes un grado similar de desapego.

La mayoría de la gente sabe muy poco sobre la verdadera naturaleza de la agresión y las diversas maneras de tratarla. Incluso se supone casi universalmente que la agresividad es un impulso natural e innato, es «mala» sin paliativos. Pero, como indica Anthony Storr en un artículo sobre «La psicología de la agresión» (*New Society*, 11 octubre 1962): «Se le puede echar la culpa de la agresión al Diablo; o atribuirlo al Pecado Original; o perderse

---

* *I Could a Tale Unfold: Violence, Horror & Sensationalism in Stories for Children*, Tavistock Humanities.

en fantasías sobre un pasado en el que no existía la agresión o un futuro en el que no tendrá cabida. Pero todas estas formas de contemplar la agresión son intentos de negarla o de librarse de ella y, como tales, están condenados al fracaso». En realidad, como ha declarado el eminente psicoanalista D. W. Winnicott: «En su origen la agresividad es casi sinónimo de actividad.» Hablamos de «atacar» un problema, «luchar» con y «superar» una dificultad, «dominar» un tema o «hincarle el diente» a algo. La crueldad y la agresividad de los juegos y fantasías de los niños son una expresión de su deseo de superar su sensación de dependencia para llegar a la libertad de elección y a la autodeterminación de los adultos; además, como ya hemos visto, constituyen una forma de autoterapia, y es más que probable que la continua e intensa absorción de escenas terroríficas en tebeos o en televisión a una edad más madura sea una indicación de que tales conflictos están todavía por resolver. Si esto es cierto, no puede afirmarse que la televisión incite a la violencia al niño con problemas, sino que el comportamiento de éste es un intento inconsciente de resolver sus tendencias delictivas proyectándolas al exterior. En el caso del niño normal, como señala A. Storr, los temas agresivos, como las llamadas películas de terror, pueden convertirse en inofensivos canales de expresión. El verdadero peligro de la agresión está en otra dirección de la que pretenden aquellos que la niegan o quieren librarse de ella, y, como dice Winnicott, «si la sociedad está en peligro, no se debe a la agresividad del hombre, sino a la represión de la agresividad personal en el individuo». Los niños y adultos normales son normales porque expresan su agresividad en el momento que surge y dentro de los límites aceptables por la sociedad (o por lo menos no totalmente inaceptables). El individuo peligroso es el que niega o reprime tales emociones, lo cual hace que éstas se vuelvan contra el propio individuo, haciéndole caer en un estado de melancolía, o que se dirijan contra un chivo expiatorio que substituya al objeto original, o que estallen en un arrebato de violencia. Es el delincuente o el neurótico.

Estas observaciones, sobre las que no nos podemos extender por falta de espacio, guardan no poca relación con la compasión que se derrocha innecesariamente sobre el niño en lo referente a su mera exposición a escenas de terror. Lo importante para el niño no es el horror, sino la necesidad de que la historia tenga un final satisfactorio, en el que se premie al bueno y se castigue al malo. Cualquiera que haya observado a un niño contemplando fantasías desagradables en la televisión o escuchando un cuento de miedo no puede por menos de sorprenderse ante el

tipo de cosas que le hacen emocionarse; las matanzas y las decapitaciones pasan por delante de sus ojos sin apenas despertar interés, pero la niñita o el perro perdido en el bosque lo hacen llorar, porque inmediatamente se identifica con ellos. Luego están los llamados «tebeos de terror», dirigidos a niños algo mayores y adolescentes de todas las edades y cuyas peores características probablemente sean su indescriptible estupidez, su vulgaridad y un gusto pésimo obsesionado con el sexo. Nos ocuparemos ahora de este tipo de publicaciones y examinaremos si son capaces de influir en los lectores en la dirección del sadismo y la delincuencia.

Como decíamos antes, fue Alfred Harmsworth, luego lord Northcliffe, quien publicó en 1890 el primer tebeo, titulado *Comic Cuts*, que no iba dirigido a los niños, sino a los hombres y mujeres de la clase obrera. Se publicó con la intención de contrarrestar el éxito de las «noveluchas de a penique» con sus cuentos de terror, y pronto demostró ser un éxito entre los niños. *Comic Cuts* se convirtió así en el primer acierto de una larga serie de ellos debidos a Harmsworth y a otros. Dígase lo que se diga sobre los modernos tebeos británicos, nadie, por mucha imaginación que le eche, podrá decir que son perjudiciales; publicaciones como *Topper, The Beezer, Beano* y *Dandy* son inocuas y divertidas, mientras que las dirigidas a niños mayores, como *Girl, Eagle, Judy* y *Bunty*, son además muy informativas. Pero los tebeos americanos tienen una historia muy distinta, aunque allí también se concibieron al principio para adultos. En América las primeras publicaciones de este género iban dirigidas, por un lado, a las colonias de extranjeros residentes en el país y, por otro, a los individuos de habla inglesa cuya capacidad de lectura era inferior a la normal. En ambos casos los dibujos estaban destinados a suplir al deficiente conocimiento del idioma. Al principio se publicaron inofensivas historias sobre los primeros colonizadores americanos, pero pronto empezaron a aparecer todos los elementos de la novela gótica: fantasmas, ánimas, vampiros, espectros, asesinos invisibles y siniestras relaciones sexuales. Desgraciadamente, tales tebeos también cayeron en manos de los niños, aunque todavía hoy los siguen leyendo adultos de escasa cultura. También fueron proporcionados a los soldados americanos que luchaban en ultramar como parte de su equipo y fue así como se introdujeron por vez primera entre los niños británicos, en un momento en que no se publicaban los tebeos británicos por causa de la guerra. Según Frederic Wertham, director de la Clínica Lafargue, en su libro *The Seduction of the Innocent* (Museum Press, London), esos tebeos contienen material como el que sigue: «...una chica arrojando un puñado de "radio en polvo" sobre los protuberantes pechos de otra ("Creo

que he descubierto tu talón de Aquiles, amiguita"); hombres blancos tiroteando a nativos; un primer plano del seno de una muchacha marcado a fuego; una muchacha a quien se deja ciega». El doctor Wertham, en su informe al Comité Legislativo para el Estudio de la Publicación de Comics (1949), afirmó que se vendían de 40 a 80 millones de ejemplares mensualmente (aunque el número real de lectores es mucho mayor, pues los tebeos suelen circular de mano en mano y revenderse); el héroe es prácticamente siempre «un atleta de facciones regulares, un americano blanco puro», mientras que los villanos son siempre «extranjeros, judíos, orientales, eslavos, italianos y razas de piel oscura». Citaba el caso de un tebeo que que contenía diecinueve asesinatos (diez por disparos y nueve por estrangulamiento, arma blanca y golpes en la cara), cuarenta y cinco amenazas de muerte con pistola, y diecisiete casos más en los que las víctimas morían en la horca o arrojadas vivas a un depósito lleno de ácido. El doctor Wertham comenta lo siguiente en su libro:

> Cuando veo un libro así en manos de un niño de siete años, los ojos fijos en las viñetas, me siento estúpido por tener que demostrar que ese tipo de cosas no constituye un alimento intelectual saludable para el niño.

Estudiando algunos de esos tebeos que habían sido importados a Inglaterra, P. M. Pickard corroboró la opinión del doctor Wertham en el sentido de que contenían todas las formas conocidas de perversión sexual, incluidas las más oscuras formas de vampirismo, etcétera. Indica también que los sondeos en Gran Bretaña y en América muestra que por lo menos el 98 por 100 de los niños leen tebeos*, y el período de más intensidad de la lectura es el de los 11 años de edad. Pickard determinó que en un grupo numeroso de niños, un 26 por 100 admitía sentir miedo al leer los tebeos y un 18 por 100 tenía pesadillas; y comentaba: «...estaba clarísimo que lo que no les gustaba era recrear sus pesadillas en las que aparecían rostros demoniacos, esqueletos, hombres malos, fealdad y crimen, sin ninguna ayuda para superarlas» —porque, por supuesto, la intención de semejantes publicaciones no es resolver la tensión y la incertidumbre, sino mantenerlas—. La mayor parte de los entendidos tienen sus dudas sobre la existencia de una relación directa entre ese tipo de tebeos y la delincuencia, y opinan que la simple atribución de ésta a los *comics* puede distraer la atención de las verdaderas causas. A pesar de todo, poca duda puede caber de que tales

---

* Por supuesto, no todos los tebeos son de terror.

publicaciones son muy poco recomendables y tienden a introducir, en los ya predispuestos, un código de valores intranquilizante.

Lo más sorprendente es que muchas de estas investigaciones* no tienen en cuenta el bien que pueden hacer los medios de comunicación de masas, ni el hecho evidente de que educar el criterio selectivo de la gente es por lo menos tan importante como intentar cambiar o censurar el contenido de los medios de comunicación. La creencia común de que una minoría siniestra impone semejante basura al individuo indefenso no resiste un examen atento; por el contrario, da al público lo que pide, y a veces lo que se le da es bastante mejor de lo que pide. Norman Collins, de ITA, ha dicho:

> Si se le diese al público exactamente lo que pide, el resultado sería absolutamente desalentador. Las cartas que recibimos denotan en su mayor parte incultura, tienen faltas gramaticales, están mal escritas, y lo que es más deprimente, revelan una actitud mental que, a mi entender, no es precisamente admirable. Lo único que piden en sus cartas son películas de estrellas del cine o de la televisión, o nos preguntan que por qué no hay más programas de jazz o de variedades. Creo que los maestros son en gran medida responsables de que sean esas las actitudes de los jóvenes. Sería deplorable que sólo programáramos ese tipo de cosas.

El director del grupo de periódicos *Mirror*, Cecil King, expresa una opinión bastante parecida:

> El problema es que los críticos piensan que el público británico tiene un nivel cultural como el suyo y el de sus amigos, y que deberíamos partir del nivel que ellos tienen para ir subiendo progresivamente. Pero sólo la gente que dirige un periódico y organizaciones semejantes está en condiciones de hacerse una idea de la indiferencia, la estupidez y el desinterés por cualquier tipo de educación que siente la gran mayoría del público británico.

Por lo que respecta a Gran Bretaña, la respuesta debe de ser esa división en «dos naciones» de la que hablaba Disraeli. La educación elemental gratuita es relativamente reciente, y, como señala Raymond Williams en su libro *Communications*, hay muchos miembros de la clase obrera que todavía identifican la educación con la infancia, mientras que el mundo de las comunicaciones de masas es equiparado a la mayor libertad del adulto. Objetivamente, Beethoven y Shakespeare son igual de accesibles para las masas que escuchan la radio o ven la televisión que «Caravan» o el «doctor Kildare», pero la alta cultura ha llegado a ser asociada en las mentes de las masas tanto con la «educación» como con la

* Cf. el informe Pilkington (1962).

clase minoritaria que en el pasado se identificaba con ella. También sucede que hay un esnobismo en el otro lado, entre los intelectuales, que parecen dar por sentado que la gran cultura tradicional es la única y rechazan los espectáculos musicales como *West Side Story* y las películas como *Sabor a Miel* o *Sábado por la noche y Domingo por la mañana*, así como la ciencia ficción, que a otro nivel son igualmente «cultura» y tan buena o mejor que la del pasado. El intelectual que nunca lee una novela policiaca ni disfruta viendo un *western* en la televisión, o es un inadaptado al mundo en el que vive o es un mito. Por eso, es difícil estar de acuerdo con Williams cuando se siente afligido por el descubrimiento de que en las revistas femeninas, el tema que priva en historias y seriales es el de la heroína que «se casa con el jefe» o con cualquier otro de *status* social más alto que el suyo. Lo cierto es que este tema ha sido una constante en la gran literatura, desde las *Mil y una noche* y los cuentos de hadas hasta el *Pamela* de Richardson, pues la fantasía juega un papel importante en la vida de todo el mundo. Es perfectamente natural que la gente que ha estado todo el día haciendo un trabajo monótono quiera una evasión, y *Los papeles de Pickwick* o *Don Quijote* son tan buenos ejemplos de literatura fantástica y de evasión como lo pueda ser *Peg's Paper*. Tampoco es cierto que sea ese el único interés de las mujeres que leen esa clase de publicaciones; los seriales televisados como «The Rag Trade» y «Coronation Street» son todo lo populares que son a pesar o a causa del hecho de que tratan sobre la vida cotidiana de la clase obrera.

Ya hemos mencionado la acusación de que la radio y la televisión limitan el abanico de intereses del público y éste, en vez de obtener lo que «realmente» quiere, recibe la basura que se ha visto condicionado a desear. Según Himmelweit:

> Después de todo, si a la gente le gustan películas del Oeste, nosotros ponemos películas del Oeste. Pero como este estudio de tendencias abarca un periodo de varios años, se puede ver que ese tipo de preferencia es hasta cierto punto —y sólo hasta cierto punto— artificial, es una preferencia creada por los programadores y productores.

La primera afirmación —esto es, que la elección del contenido de los programas está limitada por los productores— es gratuita; durante los últimos meses, cualquier persona ha podido ver en Gran Bretaña la serie completa de las obras históricas de Shakespeare, las obras de Ibsen, Chejov o Strindberg, aprender ruso, italiano, alemán o francés, escuchar un debate entre teólogos y ateos, enterarse del programa político de los comunistas y de los demás

partidos políticos, y descubrir prácticamente cualquier novedad producida bajo el sol. El problema es que la mayor parte de la gente tiene un gusto más bien pobre, tiende con la edad a fijar más o menos rígidamente sus intereses y, en conjunto, no busca experiencias nuevas. Lo que la gente «realmente» quiere sólo se puede saber a través de lo que la gente dice querer, y se ha comprobado que una tendencia no puede ser iniciada ni retardada; tan sólo cabe acentuar una tendencia ya existente. Como ha dicho el jefe del Departamento para el Público de la BBC: «No se puede reforzar algo que no existe.»

Para apoyar su teoría de que una preferencia (por ejemplo, por los *Westerns*) es hasta cierto punto algo artificial, fabricado por programadores y productores, Himmelweit, en un estudio más reciente («Televisión Revisited», *New Society*, 1 de noviembre de 1962), cita el siguiente ejemplo: «En 1965, especialmente en ITV, hubo una avalancha de programas policíacos, por ejemplo *Dragnet*, *Inner Sanctum*, *Highway Patrol*, a los que añadir los programas de la BBC tales como *Fabian of the Yard* y *Dixon of Dock Green*. Por aquel entonces, fueron los programas policiacos los que recibieron más votos. En 1960, ambas cadenas ofrecieron gran cantidad de *westerns*, por lo que los *westerns* recibieron más votos que los programas policiacos, clasificándose éstos en cuarto lugar, mientras que los *westerns* ocuparon el primero en el orden de preferencia de los alumnos de una escuela de párvulos.» Ahora bien, si con esto se quiere decir que la gente elige normalmente entre lo que le es más accesible, los resultados de su estudio de tendencias son casi una perogrullada. De poco consuelo les puede servir a los moralistas que pretenden que la televisión puede crear *buen* gusto y que los programadores y productores descuidan su obligación al no intentar que eso ocurra; porque es evidente que el cambio de los programas policiacos a los *westerns* es una simple sustitución de un tipo de programas por otro *del mismo nivel cultural*. Si Himmelweit pretende de veras que los responsables de la televisión podrían modificar las preferencias de la gente en el sentido del *buen* gusto —por ejemplo, programando obras serias, dando a conocer a los clásicos, realizando programas educativos y documentales, etc., sin tener en cuenta las preferencias del público— la experiencia demuestra que está equivocada. Tras muchos años de experiencia en radiodifusión, durante la mayor de los cuales la BBC ha tratado deliberadamente de educar el gusto popular, no ha habido ninguna prueba, una vez abandonada esa política, de que se haya producido cambio alguno en el sentido de que aumentase el auditorio del Tercer programa en detrimento del programa Ligero. No cabe duda de que se está operando

un cambio inmenso en el gusto del público y de que se seguirá operando en el futuro, pero, como veremos más adelante, se está produciendo como resultado de una mejor educación y de un cambio de actitudes, haciendo que el público se vuelva más selectivo dentro de los límites de sus propios intereses. El gusto popular cambia continuamente, pero no se debe de forma significativa a la política televisiva, que, como se ha sugerido, es más la esclava que la dueña de sus consumidores. Por ejemplo, a pesar de que en el mismo artículo se dice que «La ITV, *en respuesta a las críticas del Comité Pilkington**, ha reducido este otoño [1962] el número de *westerns* y de telefilmes policiacos en su programación», es sabido que en la televisión americana se registraron los mismos cambios sin necesidad del bendito Comité. En respuesta exclusivamente a la opinión pública, los *westerns* llevan años en decadencia, mientras que las películas policiacas están siendo bastante desplazadas por programas cómicos o dramáticos tales como *Coronation Street* y *Steptoe and Son* o por programas sobre la vida médica tales como *Dr. Kildare, Ben Casey* y *Emergency Ward 10*». Por último, merece la pena indicar que las cifras que representan las horas de programación dedicadas a los programas policiacos o a los *westerns* pueden ser confundentes en la medida en que intentan ser un índice de la cantidad de violencia a la que ha estado expuesto el espectador. Parece evidente que esas cifras las reúnen a menudo personas que no han visto los programas en cuestión. Por ejemplo, dos de las series policiacas más populares, *Perry Mason* y *Sam Benedict*, son básicamente historias de abogados que se desenvuelven en torno a los tribunales de justicia y rara vez muestran escenas de violencia. *Dixon of Dock Green* no suele ser violenta, y la violencia que muestra suele ser de casos menores o de pequeñas tragedias como las que se dan en una comisaría de un barrio obrero; los policías son personajes benevolentes y siempre dispuestos a ayudar, y la serie tiene un tono moralizante, haciendo hincapié en que la policía está ahí para ayudar y que el público debe colaborar con ella. Tampoco todas las películas que se desarrollan en el Oeste americano son una orgía de asesinatos y tiroteos: *Lassie*, por ejemplo, es sobre un perro. Lo cual no quiere decir que todos estos programas sean edificantes, pero esa no es razón para que se les tome por lo que no son. El hecho básico es que el cambio de las preferencias —como la desaparición de los *westerns* o el cambio que se viene notando en Gran Bretaña a favor de la BBC— no es producto de una regulación o intervención gubernamental; hay programas que desa-

* Las cursivas son mías [J.A.C. Brown].

parecen gradualmente, pero no por una intervención ni porque se hayan deteriorado, sino simplemente porque han sido superados.

El hecho es que los medios de comunicación de masas están ahí para que se haga uso de ellos, y el uso que se haga de ellos depende de cada cual: puede tomarlos como una droga e insensibilizarse o bien utilizarlos con criterio selectivo. La capacidad para esto último comienza con la educación, considerada no como una actividad propia de la infancia sino como un proceso que se prolonga a lo largo de toda la vida. Hay abundantes pruebas de que la gente ve ahora películas mejores, escucha mejor música y, con la revolución del libro de bolsillo, lee más y mejores libros que nunca en la historia de la humanidad, y no se trata de un fenómeno temporal sino de una tendencia progresiva. Incluso Himmelweit señala el hecho de que «...los bibliotecarios y maestros americanos informan de que, gracias a los valores culturales comunicados por los programas de televisión, los niños están hoy día mucho más interesados en la exploración del mundo de los libros que en los días anteriores a la televisión», mientras que en Inglaterra «...la TV influye al principio negativamente en la lectura y en la capacidad de leer, pero a la larga fomenta la lectura de libros (en detrimento de la lectura de "tebeos"), ampliándose la gama de éstos y sin que decaiga la capacidad de lectura». Estos resultados no se consiguen imponiendo la cultura a los niños, sino permitiéndoles que elijan, de entre una gran variedad de programas, aquellos que mejor se adaptan a sus intereses y a su nivel de educación. La televisión puede intensificar intereses y abrir nuevas perspectivas, pero sólo en aquellos que están preparados y desean recibirlas.

En cuanto al *comic* de terror, puede muy bien ser cierto que sea una literatura indeseable para los niños y, por qué no, para los adultos. Pero lo que no parece que se les ha ocurrido a sus críticos es que aunque semejante literatura la lean toda clase de niños, la delincuencia es fruto —en opinión de la gran mayoría de los entendidos— de factores básicamente sociales. Muchos delincuentes provienen de hogares destrozados, pero la gran mayoría pertenece a una clase social específica y vive en zonas específicamente delictivas. En otra palabra, el delincuente típico es el individuo que, especialmente cuando las tensiones familiares conducen a la frustración, encuentra un escape en la delincuencia, porque en el medio en que vive la delincuencia es una forma de conducta socialmente aceptable. El niño de la clase media, por su parte, no tiene la posibilidad de una salida semejante en el barrio en el que vive y por eso es más probable que se vuelva neurótico si se ve en una situación familiar parecida. También es cierto

que aunque no hay razón para suponer que ese tipo de publicaciones las lean más los niños de clase baja que los de clase media, éstos suelen interesarse por ellas durante un período mucho más breve que aquéllos, quienes en algunos casos continúan leyéndolas hasta la edad adulta. Es más que dudoso que la delincuencia se viese influida lo más mínimo por la supresión de la violencia en la televisión o por la desaparición de los *comics* de terror. Los tebeos de terror son sólo una minúscula fracción de la producción total de los medios de comunicación de masas, y la conclusión a la que hemos llegado sobre dichos medios es que pueden constituir una fuerza poderosa para la mejora de la sociedad, aunque inevitablemente vayan muy poco por delante del gusto del público, que sólo puede ser mejorado con tiempo y una mejor educación. Excepto en los países totalitarios, los medios de comunicación de masas no pueden estar ni muy por encima ni muy por debajo del nivel cultural del pueblo al que van dirigidos.

Aunque hemos tratado de tomar en serio sus argumentos, hay algo que raya en lo cómico en muchas de las críticas a los medios de comunicación de masas; tales críticas van desde las que hacen las clases dirigentes, que ven destruida su pomposa cultura y su elegante modo de vida por culpa de las manadas de gente vulgar y ruidosa y de los nuevos ricos movidos por los medios de comunicación de masas, hasta las críticas de los izquierdistas desilusionados, que quieren culpar a los medios de comunicación y a sus patronos capitalistas de la pérdida de una cálida cultura obrera y artesana o, en el caso de los más politizados, de la aparente pérdida de militancia y fervor revolucionario de los obreros. Se ignora totalmente el hecho de que las clases dirigentes (si con este término se quiere designar a la aristocracia, a los terratenientes y, más tarde, a los industriales) nunca han tenido —al menos desde los tiempos isabelinos— una cultura que valiera la pena conservar, y que la «sociedad orgánica» de los obreros no era más que una quimera de la imaginación. Los detractores no se paran a discutir, se limitan a *asegurar* que los medios de comunicación corrompen las normas morales, son una causa de la delincuencia juvenil, incitan a la codicia posesiva o al «no ser menos que los Martínez» y degradan el gusto artístico. Sin embargo, está bastante claro, como indica C.A.R. Crosland, que el esnobismo y la emulación social eran por lo menos igual de evidentes en el mundo de Jane Austen, la adoración del éxito en los días de Samuel Smiles, y la obsesión por el dinero en los días de los Forsytes o de Newport y el barroco americano. La mayor parte de estas actitudes no tienen nada que ver con los medios de comunicación de masas en cuanto tales, sino con

el proceso de industrialización y democratización *de los que los medios de comunicación no son sino un síntoma más.* La prueba de ello está en el hecho, totalmente ignorado por las críticas, de que se pueden observar las mismas actitudes en los países que carecen de medios de comunicación o en los que, como sucede en los países comunistas, aquéllos no están controlados por los intereses comerciales y no existen los malvados capitalistas. La Unión Soviética se enfrenta al problema de la delincuencia juvenil con la misma intensidad que cualquier otro país moderno industrializado, porque allí, como aquí, los jóvenes están socialmente emancipados, llegan antes a la pubertad, tienen dinero para gastar y muchas más posibilidades de triunfar o de fracasar que sus padres. Además, el deseo de emular y de disponer de posesiones materiales está surgiendo por todo el mundo, y no por causa de la publicidad comercial, que existe exclusivamente porque cubre una necesidad, sino porque, al tomar fuerza la Revolución Industrial, millones de personas han tenido por primera vez la oportunidad de mejorar sus condiciones de vida más allá del nivel de la mera subsistencia. Están exigiendo simplemente los lujos y las comodidades que las clases altas y medias han dado siempre por garantizados. Trataremos en otro lugar del tema de la decadencia del gusto popular, pero se ha demostrado que la tesis de que la gente es acrítica para con los medios de comunicación y acepta cualquier cosa que se le dé es contraria a la realidad. C.A.R. Crosland, en su artículo ya citado («The Mass Media», *Encounter*, noviembre 1962) dice lo que sigue: «La teoría de un público pasivo y receptivo parece una excentricidad a la luz de la intensa y activa vida familiar que se hace en los barrios de clase obrera, con su enorme variedad de actividades, trabajos manuales en el hogar, reparaciones, "hágalo usted mismo", jardinería y (el mayor cambio de todos) viajes en familia; se pueden tener opiniones diversas sobre la deseabilidad de un cambio hacia actividades de recreo *orientadas al hogar*. Pero lo cierto es que no se trata de un cambio hacia una pasividad narcotizada e indiferenciada.»

7. La publicidad en la industria

Es posible, aunque no especialmente útil, remontarse a tiempos muy remotos para encontrar los orígenes de la publicidad. Ahí están, por ejemplo, los pequeños sellos de piedra (algunos de los cuales están expuestos en el *British Museum* de Londres) empleados por los curanderos del tiempo de los romanos para imprimir un mensaje sobre la superficie de sus bálsamos y ungüentos. Uno de ellos, encontrado cerca de Hereford, menciona a «T. Vindaius Ariovestus» y a su «insuperable» ungüento hecho con un «preparado de granos de anís» y llamado «Chloron, el bálsamo verde». Pero la publicidad en el sentido moderno es un producto de la sociedad de masas: nace en el momento en que la gente ya no puede comunicarse personalmente y se ve obligada a encontrar otro método de describir dónde y qué vende. Otro requisito es la existencia de un excedente de bienes, especialmente de lujo, pues las necesidades básicas del hombre siempre se venderán solas: los países con un nivel de vida cercano al de subsistencia no precisan de la publicidad, puesto que la necesidad es su mejor vendedor. En un pueblo pequeño no hace falta que el zapatero, el tejedor, el alfarero o el tendero anuncien a bombo y platillo las virtudes de su mercancía, porque la información pasa de boca en boca y es así como se establece su fama o su descrédito. Es cuando la ciudad aumenta de tamaño y las masas se hacen

realidad cuando empiezan a correr el peligro de pasar inadvertidos. Tampoco es fácil hacer publicidad cuando no se cuenta con un medio a través del cual difundirla; de ahí la importancia del periódico diario que lleva publicidad como parte de su servicio a los lectores. Sin embargo, la primera publicación periódica, el *Weekly Newes* editado por Nathaniel Butter en 1622, no contenía publicidad; el primer periódico con publicidad fue el *Mercurius Britannicus,* que tres años más tarde publicaba uno de los primeros ejemplos que se conocen de publicidad:

> Una excelente disertación sobre el matrimonio entre nuestra Graciosa Majestad el Príncipe Carlos, Príncipe de Gales, y Lady Henrietta Maria, hija de Enrique IV, difunto rey de Francia... con un espléndido retrato del Príncipe y la Lady grabado en bronce.

Como el principal propósito de estos primeros anuncios era simplemente el de llamar la atención del lector acerca de un determinado producto o servicio, solían adoptar la forma de un escueto enunciado de los hechos, como en este ejemplo extraído del mismo periódico con fecha de 30 de septiembre de 1658:

> Esa excelente bebida de *China*, aprobada por todos los doctores y a la que los chinos llaman *Tcha* y en otros países se conoce por *Tay* o *Tee*, se vende en la *Sultaness Head Cophee-House*, en bolsas azucaradas, por el *Royal Exchange*, Londres.

Pero estos ensayos relativamente moderados iban a durar poco tiempo. Daniel Defoe, en su obra *El año de la peste,* describe el asalto perpetrado por los anunciantes durante la peste de 1665:

> ...hasta los buzones de las casas y las esquinas de las calles tenían pegadas recetas de doctores y papeles de tipos ignorantes; charlantes e intrusos de la medicina que invitan a la gente a acudir a ellos en busca de remedios.

Tras el Gran Incendio que siguió a la peste, los que habían perdido su negocio en las llamas fueron invitados a anunciar sus nuevas señas en las páginas públicas, aunque éstas tenían una difusión relativamente pequeña debido al analfabetismo de la mayor parte de la población. El mundo de los periódicos de los siglos XVII y XVIII era el mundo de los cafés, frecuentados por mercaderes, abogados, capitanes de barco, escritores, jugadores y clérigos; era allí, como lo es hoy en día en los cafés del continente, donde se leían los periódicos, se hacían las transacciones comerciales y se dejaban recados. Desde el punto de vista de la publicidad, el nombre más importante del último período del siglo XVII fue el de John Houghton, quien viendo un gran futuro en la profesión, publicó el primer periódico compuesto casi exclusivamente para

los anuncios. Se conoció con el nombre de *A Collection for the Improvement of Husbandry and Trade* y salió a la calle en 1682; publicaba no sólo anuncios comerciales sino también secciones de oferta y demanda de locales, «objetos perdidos y objetos encontrados», además de otros anuncios. Había una sección de libros en la que se recomendaban lecturas sin ánimo de lucro, criticando a los libreros que ponían títulos nuevos sobre libros viejos; por último, Houghton introdujo una columna matrimonial.

Los periódicos publicados durante los siglos XVIII y XIX dependían, en mayor o en menor medida, de algún tipo de ingreso por publicidad; ésta alcanzó su momento de mayor importancia a mediados del siglo XVIII, y su momento más bajo en la segunda mitad del XIX. Tales anuncios eran en su mayor parte lo que ahora se llaman anuncios «clasificados» (esto es, notificaciones individuales concretas), pero faltaba uno de los elementos fundamentales de la publicidad moderna: no se anunciaban entonces los artículos domésticos. Estos no hicieron su aparición hasta pasado el primer cuarto del siglo XIX, cuando los métodos publicitarios de Henry Colburn comenzaron a suscitar comentarios adversos por parte de periódicos más respetables como el *Athenaeum* y *Frazer's*, que expresaron su enfado por atreverse a publicar anuncios de betún y de pasta de dientes en la página literaria. El periódico citado en primer lugar señalaba que «a fuerza de sempiternos párrafos» se podría hasta «obligar a comprar un manojo de papeles sucios y llenos de estupideces» y que «...Day y Martin, Rowland, Eady, Warren y otros de su clase no podrían hacer tanto dinero con la alabanza de sus aceites, sus libros, sus píldoras y sus betunes si no existiera un tipo de ser humano que está dispuesto a creérselo todo». A pesar de ello, Colburn (que fue el editor de Disraeli, Shelley, Hood y Fenimore Cooper) continuó prosperando y, en un solo año, gastó 9.000 libras en publicidad. El citado Warren antes citado parece que fue el primero en comercializar un artículo doméstico a base de anuncios: el Betún para Zapatos Warren, mientras que Rowland no fue otro que el famoso fabricante del Aceite de Macassar Rowland para el pelo, que substituía a la grasa de oso de antaño y que estuvo a la venta hasta hace poco. El mercado de masas tal y como lo conocemos en la actualidad se desarrollaba con rapidez, y la publicidad empezó a utilizar trucos del oficio que nos son familiares hoy día: las coplas o versos de ciego recomendando un producto, el uso de la repetición y el empleo de neologismos para darle al lector una impresión de erudición y de exactitud científica y halagarle de paso sus supuestos conocimientos. El tinte para el pelo era un «atrapilatorio», la brillantina y el tónico capilar eran «regenera-

dores aromáticos», las píldoras para el pecho eran «obleas pulmonares», y así sucesivamente.

No todos los comerciantes prósperos del país estaban convencidos de que los periódicos fuesen el mejor medio para anunciar sus productos; la inmensa mayoría del público no leía nunca los periódicos, pese a que sabía leer más o menos bien. Los carteles pegados sobre los muros tenían la ventaja de que los leía todo el mundo y además no tenían que pagar tasa alguna. Fijar carteles se convirtió en un negocio organizado e importante durante toda la primera mitad del siglo XIX. Se fijaban sobre todo tipo de edificios, a menudo sin consentimiento, y pronto estuvo todo Londres cubierto de carteles, extendiéndose también a las afueras de la ciudad. El Decreto de la Policía Metropolitana de 1839 tipificó el delito de fijar carteles sin permiso del propietario del muro; pero no era fácil hacer valer la ley, hasta que en 1862 la Asociación de Carteleros decidió habilitar sus propias superficies para fijar los carteles. También se utilizaban octavillas y folletos entregados en mano a los transeúntes, que a menudo descubrían con sorpresa que anunciaban un método de cura para enfermedades venéreas. Otro procedimiento eran los «hombres-bocadillo» (título que inventó Charles Dickens), que llevaban grandes carteles por delante y por detrás, así como vehículos que circulaban con grandes letreros o con un modelo del producto anunciado. En 1848 surgieron los anuncios pintados sobre la carrocería de los autobuses de servicio —imagen muy familiar hoy en día— así como otros nuevos métodos: anuncios en globos y recortados sobre la línea del horizonte, señales eléctricas, y hasta el lanzamiento de octavillas con escopetas.

Como la publicidad había adquirido fama de vulgar y deshonesta, las firmas de mejor reputación volvieron durante la última parte del siglo a la simple repetición del nombre de su producto, como «Bovril Picante», «Jabón Pears», «Tinta Stephen», a veces sobre placas de metal que aún son visibles en las estaciones de ferrocarril más antiguas. Uno de los notables de aquel tiempo en el campo de la publicidad fue Thomas J. Barrat, de la Compañía de Jabones *Pears*, quien al hacerse cargo del viejo negocio (el jabón se había comercializado en 1789), aumentó los gastos de publicidad hasta una cifra astronómica; entre 100.000 y 130.000 libras al año. Su primer objeto fue el de unir indisolublemente en la mente del público el nombre de *Pears* con el jabón, o con una frase de uso frecuente. De esta forma surgió la frase-reclamo «*¡Buenos días! ¿Ha usado usted el jabón Pears?*»; pronto se hizo tan familiar que los más vergonzosos no se atrevían a darle los buenos días a sus amistades por temor a suscitar en sus mentes el recuerdo

de la maldita frase. Barrat fue también el primero en emplear a artistas de fama, o mejor dicho, en comprar obras de arte para utilizarlas con fines publicitarios: por ejemplo, el famoso (aunque sobrevalorado) cuadro *Burbujas*, de sir John Millais, que representaba a un niño vestido de verde soplando pompas de jabón. Aunque el hecho suscitó gran indignación y se alzaron voces de queja contra la «degradación del arte», el auténtico artista del cartel comenzó a implantarse, y pronto desaparecieron los toscos impresos de la época anterior para dar paso a los carteles de colores, sencillos y bien hechos. La influencia vino de Francia, después de que el sistema de litografía en color se perfeccionase en Gran Bretaña; todavía son famosos los carteles de Jules Cheret y de Toulouse-Lautrec encargados por el Moulin Rouge.

Finalmente, a partir de la década de 1880 las nuevas formas de publicidad visual comenzaron a influir en la prensa en un momento en el que los cambios en el mercado y el desarrollo del comercio al por menor habían comenzado a alterar las bases de la publicidad. Hombres como lord Northcliffe se dieron cuenta de que la publicidad visual podía aumentar sus ingresos y permitirle rebajar el precio de venta al público de sus periódicos. Northcliffe esperaba conseguir de este modo grandes tiradas y, al hacer públicas las cifras de venta, desafiar a sus rivales a que hicieran lo propio. Los resultados de tal sistema habrían de alterar toda la estructura de la prensa en nuestros días; pues si el típico periódico del siglo XIX trataba de conseguir ingresos por publicidad, no dependía de ella, mientras que en el siglo XX un periódico puede depender de la publicidad hasta el punto de que ésta suponga más de la mitad de sus ingresos totales, de modo que los periódicos que no consigan tal volumen de publicidad pueden verse obligados a cerrar, por muchos lectores que tengan. Northcliffe contó con el apoyo de las agencias de publicidad que habían comenzado a desarrollarse simultáneamente en Gran Bretaña y en los Estados Unidos de América. El agente publicitario de aquellos tiempos era un hombre que trabajaba tanto para la compañía que quería comprar espacio publicitario como para los periódicos que lo vendían. Era, de hecho, una especie de oficial de enlace, y aunque a menudo estaba dispuesto a ayudar al anunciante a preparar el material, hasta la década de 1880 no comenzó a ser ese su trabajo fundamental. A partir de entonces las compañías ya no precisaban de un departamento de publicidad; el trabajo lo hacían las agencias, y surgió la nueva profesión de publicitario. Sería una exageración afirmar que todo el mundo la consideraba como una profesión sumamente respetable; es más, Martin Mayer señala que la publicidad como profesión ocupa hoy en la mente del

público la misma posición social que abandonara con prisas el agente de cambio y bolsa en 1929, es decir, está considerado como un trabajo brillante, bien remunerado, pero de alguna forma no demasiado honesto.

La mayoría de los publicitarios aducirían que hay una verdadera ciencia de la psicología publicitaria, comparable, por ejemplo, a la psicología industrial. Si esta pretensión está justificada o no, lo veremos más adelante; en cualquier caso, el primer libro sobre la materia que llegó a Gran Bretaña tenía por autor al profesor Walter Dill Scott, director del Laboratorio de Psicología de la *Northwestern University* en Chicago. El libro se publicó en 1909 y el autor enunciaba en sus páginas una serie de principios, la mayoría de los cuales eran tan evidentes que rayaban en la perogrullada. El más fundamental era el conocido principio de la asociación: no se trata sólo de asociar dos o más palabras entre sí de forma que *Pears* sea sinónimo de jabón y *Hoover* lo sea de un aspirador, sino que hay que tratar de asociar el producto con las motivaciones básicas del individuo. Tales motivaciones incluyen el instinto maternal, la codicia, la emulación, el deseo de gozar de buena salud o tener buen aspecto, el deseo de ser apreciado por los demás, etcétera. La publicidad no debe ser fea ni mostrar, ni siquiera en broma, imágenes desagradables; ha de preferir a los tipos ricos y afortunados antes que a los pobres y ordinarios. El humor estaba mal visto porque la publicidad es una cosa muy seria, y a no ser que se trate de un humor muy bien hecho puede crear una impresión falsa. El recurso a los «instintos» básicos fue durante mucho tiempo el fundamento general de la psicología publicitaria, que más tarde lo justificó en función de las teorías de MacDougall, aunque éste es ahora un concepto trasnochado que ha sido substituido por el de unos cuantos impulsos biológicos relativamente indiferenciados, moldeados por la sociedad a partir de una edad muy temprana. La publicidad no descubrió a Freud hasta los años treinta, aunque los primeros resultados prácticos no vieron la luz hasta el final de los años cuarenta y primeros de los cincuenta. Sin embargo, sea o no sea la publicidad una «ciencia», las agencias de publicidad americanas están de hecho empleando a psicólogos, sociólogos, psicoanalistas y antropólogos sociales, cosa que también se está empezando a hacer en Europa.

Es indudable que la publicidad especializada dio resultados extraordinarios incluso antes de la introducción de estos métodos más sutiles, pero los que están relacionados con la profesión moderna, aparentemente debido a algún sentimiento de culpa latente o quizás a un sentimiento de pudor (hay algo vergonzoso en

la imagen de un hombre adulto escribiendo tonterías en lenguaje infantil, como los caramelos que están «chupi» y cosas parecidas), sienten la necesidad de justificar sus acciones aludiendo a los beneficios sociales que se derivan de la publicidad.

Por ejemplo, se dice que la publicidad abarata los productos al hacer aumentar las ventas. Eso, por supuesto, no es aplicable a los bienes y servicios básicos; pero en el caso de bienes no esenciales, como los cigarrillos, sucede frecuentemente que el producto podría resultar más barato si la competencia entre las compañías tabacaleras no acarrease gastos de publicidad que tiene que costear el público. *Which?* (la revista británica publicada por la Asociación de Consumidores) determinó que el precio de la aspirina sin marca podría ser de 4 peniques cada 25 unidades, mientras que, con unos gastos de publicidad de medio millón de libras al año, las 27 unidades cuestan 1 chelín y 8 peniques y medio. Elizabeth Gundrey* cita el caso de una tetera cuyo precio subió de 23 chelines a 37 chelines 6 peniques; al preguntarle al fabricante el motivo de la subida, éste contestó: «Se está llevando a cabo una intensa campaña de publicidad a escala nacional, y el precio ha subido, más que nada, debido a los gastos de dicha campaña.» Como se ve, la publicidad puede hacer que los precios suban o que bajen.

En segundo lugar, se aduce que la publicidad está económicamente justificada porque cumple la función de poner en conocimiento del cliente la existencia de ciertos bienes deseables. No cabe duda que es útil saber lo que ponen en el cine del barrio, la fecha de una subasta o incluso la existencia de un determinado tipo de mercancía. Pero, desgraciadamente, la mayor parte de la publicidad es mucho más que meramente informativa, y buena parte de ella es absolutamente engañosa. Esto es especialmente cierto en el caso de las medicinas patentadas: decir, por ejemplo, que la glucosa da energía no es del todo falso, puesto que la glucosa es verdaderamente la fuente natural de la energía del cuerpo; lo que no es cierto es la pretensión del anunciante de que la gente se cansa por falta de glucosa, puesto que no hay nadie —por extrañas que sean sus condiciones físicas— que pueda sufrir tal deficiencia. La afirmación de que el «reúma» (un término que hasta los médicos encuentran vago) está producido por «impurezas» no especificadas en la sangre, que pueden «eliminarse» utilizando determinadas sales, o es una mentira descarada o es el resultado de la más absoluta ignorancia. Los fabricantes de purgantes, en especial, son culpables no sólo de mentir a la gente y

---

* *Your Money's Worth*, Penguin Books.

asustarla cada vez que se estriñe, sino de causar daños físicos, como puede testimoniar cualquier médico; no se conocen enfermedades que estén producidas por el estreñimiento (a no ser que éste sea secundario y que exista una enfermedad más seria que, en cualquier caso, se agravaría con la ingestión de purgantes), ni existen síntomas específicos del estreñimiento, como se suele asegurar; pero existen enfermedades bastante graves producidas por el uso regular de purgantes —la colitis, por ejemplo.

Cuando la publicidad intenta proporcionar información específica sobre hechos concretos, como en los ejemplos arriba citados, suele ser engañosa o falsa. Y esto atañe tanto a los fabricantes de detergentes como a los laboratorios que fabrican medicinas patentadas. En 1959, un número del *Shopper's Guide* (Guía del comprador) hacía los siguientes comentarios después de un análisis químico: el nuevo «ingrediente mágico» era carboximetilcelulosa, que, si bien es nuevo en este producto, se venía usando corrientemente en los detergentes sintéticos; el «nuevo ingrediente fabuloso» era el fluorescer, que se encuentra en otros detergentes; y el «ingrediente especial» con «burbujas de oxígeno» que «elimina las manchas» era perborato, que también se encuentra en otros detergentes. Hay que ser bastante estúpido para creer que todas las «demostraciones» de detergentes que se hacen en televisión son auténticas, y la publicidad televisada engaña frecuentemente al público de otras maneras. Así, en un anuncio de cera de muebles se utilizaba un cristal negro en lugar de madera para dar el efecto de un brillo superlativo; y en un anuncio de comida para gatos se le dio al gato hígado fresco porque se negaba a comer el producto enlatado que se anunciaba. A.S.J. Baster, en su libro *Advertising Reconsidered*, comenta:

> La mayor parte de la publicidad *informativa* es, y ha sido siempre, una campaña de exageraciones, verdades a medias, ambigüedades intencionadas, mentiras a secas y, en general, un fraude. Entre los cientos de miles de personas ocupadas en el negocio, hay que decir que la mayoría de las que se dedican al aspecto informativo tienen como función principal el engañar a los compradores en cuanto a los méritos y deméritos del producto que pretenden vender.

Por último, se afirma que la publicidad consigue una mejora en la calidad de los bienes y una mayor fiabilidad de los productos, porque, según dice Dorothy Sayers:

> La reputación del anunciante es su seguro de vida a largo plazo. Un proveedor anónimo puede mezclar el azúcar con arena o poner cartón en la suela de los zapatos que vende; pero si el que anuncia una marca hace tal cosa, sus víctimas hablarán y su mala fama se extenderá por doquier.

Eso puede ser cierto a la larga, pero habría que ser un tanto optimista para decir, por ejemplo, que la calidad de los comestibles ha ido mejorando con los años, que el queso de marca empaquetado —por no mencionar al queso «tratado»— es mejor que el no empaquetado o que las verduras congeladas o enlatadas son mejores que las frescas. Un producto, aun siendo de mala calidad, se puede vender; a este respecto E. A. Filene ha escrito:

> Las mercancías de baja calidad se pueden vender mediante una publicidad intensa y persistente. No es más que cuestión de psicología: martillear una idea en la mente de la gente hasta que acaben por aceptarla. Si el sacrificio que cuesta aceptarla no es lo suficientemente grande como para hacer necesaria una constante reinvestigación, cederán a la sugestión de que una determinada cosa a un cierto precio es lo mejor que hay en el mercado.

Incluso cabe decir que la publicidad ha sido en gran medida responsable de la degeneración del gusto popular a lo largo de los años en determinados aspectos, al hacer que la gente acepte de buena gana productos de segunda o tercera clase. Compárense, por ejemplo, las pésimas imitaciones de muebles «contemporáneos» que se venden en mueblerías baratas con los que hacían los artesanos de antaño para las clases más pobres: no hay ninguna duda de cuál es mejor y más duradero. Muchos publicitarios admiten que su trabajo consiste fundamentalmente en crear diferencias imaginarias entre productos que, para todos los propósitos prácticos, son iguales. Se han hecho pruebas con fumadores de cigarrillos y sólo una pequeña minoría sabía distinguir entre una marca y otra al darles a fumar los cigarrillos con los ojos vendados. Aparte de eso, las emociones a las que recurre la publicidad no son ni mucho menos las más agradables: miedo, temor «al qué dirán», codicia, gula, hipocondría, emulación (no ser menos que los Martínez) y similares. Se recurre al temor al «qué dirán» en los anuncios que se refieren al mal aliento, olor corporal, erupciones cutáneas en la cara, al estado del retrete de casa, etc.; recurren a la codicia los anuncios de quinielas; a la gula, los de alimentos (especialmente los de confitería); los disparates pseudocientíficos de las medicinas patentadas, los alimentos «saludables» o los vinos «tónicos» trafican con la hipocondría y la inseguridad personal. («Cuando salí de la oficina, me sentí acabado... habían entrado en la empresa hombres más jóvenes que yo», etc.); y al deseo de emular comprando un coche nuevo innecesario o viviendo en una casa, en un determinado lugar del país, que se considera que está a la altura del *status* social de uno.

Algunos ejemplos de las formas de publicidad más convenciona-

les entre los años de 1920 y 1940 nos los ofrece Denys Thompson en su libro *Voice of Civilization: an Enquiry into Advertising.* Primero está el caso de «Curly Top», un preparado que servía para rizar el pelo de los niños, cuya fabricación comenzó hacia finales de 1935 en las habitaciones de una casa en Bury, Lancashire; mezclaban el producto y lo envasaban un hombre y un niño. Se utilizó la publicidad a ritmo creciente y tres años más tarde la compañía Vosemar necesitaba ya una fábrica de 100.000 pies cuadrados para poder atender a la demanda. Otro producto, los pantalones de franela «232», se puso a la venta en 1922 y se vendieron 3.000 pares al año sin publicidad. En 1923, se empleó una suma de 800 libras para publicidad en el *Daily Mail,* después de lo cual las ventas aumentaron a 60.000 pares al año y, en 1930 se vendieron más de medio millón de pantalones.

Aún más espectacular fue la forma en que los ingleses fueron inducidos a comprar una cierta marca de uvas pasas empaquetadas, debido a que la Asociación Americana de Cultivadores de Pasas quería deshacerse de un excedente. Todo parecía estar en contra de dicha Asociación, pues, Gran Bretaña había sido abastecida previamente por ciertas firmas que controlaban el grueso del mercado y que habían comprado en Sudáfrica, Australia y otras zonas a precios ventajosos. Con todo, los granjeros americanos se gastaron, sólo en Londres, doscientos cincuenta mil dólares en dieciséis semanas; se utilizaron la primera plana de todos los periódicos y aparecieron carteles de las uvas pasas *Sun Maid* sin semilla en los paneles publicitarios, en los autobuses, en el metro y hasta en las camionetas de reparto. El resultado, según Stanley Q. Grady, fue que «...al final de la tercera semana, teníamos siete mil pedidos de detallistas. Luego tuvieron que acudir los intermediarios, y aquellos paquetitos de cinco centavos se vendieron en un santiamén. Siguieron luego los paquetes grandes, y en un año se vendieron en Gran Bretaña veinte mil toneladas».

Pero semejantes resultados no tienen nada de misterioso, y en gran parte parecen deberse al aspecto informativo de la publicidad: la gente supo de la existencia de un determinado producto que de antemano estaba deseosa de comprar. Las madres, por alguna razón desconocida, gustan de ver a sus hijos con el pelo rizado, y aquella era la primera vez que se ofrecía un producto para ese fin concreto; los años de 1920 fueron los años de los «pantalones de franela», y los hombres que querían comprarse unos se interesaban por la marca concreta que llamaba su atención; el «truco» de las uvas pasas *Sun Maid* era que no tenían semillas y estaban atractivamente empaquetadas. Además, se sugirió que se podían comer directamente por ser un dulce muy saludable

—idea que acogieron muchos que hasta entonces sólo habían utilizado las uvas pasas para cocinar.

Estas victorias se lograron utilizando una psicología muy antigua y simple, inspirada a pesar de los sondeos de mercado, en la intuición del experto: «un buen publicitario nace, no se hace», era el lema de mayor aceptación. Pero con el impacto tardío de la psicología freudiana, muchos vendedores pensaron que habían descubierto un instrumento de mucha mayor potencia que el simple sondeo de mercado, basado en la hipótesis de que el preguntar directamente a los clientes permitiría conocer sus actitudes y que sus respuestas podrían formar la base para una campaña más eficaz. De hecho, se demostró que muy frecuentemente la gente no sabe lo que quiere, que incluso cuando sabe lo que quiere no lo dice, y que muchos de los motivos que tiene para comprar un producto determinado son de origen inconsciente. El descubrimiento mediante nuevas técnicas de las causas de tales motivaciones se convirtió en el fundamento de una nueva «ciencia» aplicada, que se ha dado en llamar investigación motivacional o análisis motivacional y que es empleada actualmente por más de dos tercios de las cien principales agencias de publicidad americanas. Pero el método no se limita al mundo comercial del publicitario, sino que es sólo un aspecto del sistema de «ingeniería social» que utilizan aquellos que quieren recaudar fondos con fines caritativos, los ejecutivos que quieren influir sobre sus empleados en la dirección deseada o para la selección de personal, los políticos que buscan la forma más adecuada de atraer a los electores y hasta las iglesias que quieren incrementar su feligresía. En otras palabras, este procedimiento presupone *a*) que mediante métodos nuevos se puede saber lo que una persona quiere «realmente», saber sus motivaciones «reales» y *b*) que, sobre la base de este conocimiento, es posible manipular a la persona sin que se dé cuenta. Se han escrito muchos libros, desde *The Organization Man* de William H. Whyte hasta *Los persuasores ocultos* y otras obras de Vance Packard, que sugieren que esta manipulación soterrada es eficaz, científica, siniestra e inmoral. Como lo que ahora nos interesa es la manipulación, será necesario tratar de ella considerando todos sus aspectos relacionados con la investigación motivacional. Su uso principal es en la publicidad en su sentido más amplio (pues es evidente que la iglesia que busca más miembros o el político que quiere más votos están ambos anunciando algo), pero hay que tener también en cuenta otras circunstancias en las que se intenta manipular al individuo a través de su inconsciente, y la mejor manera de hacerlo quizás sea escuchando a aquellos

que consideran que el proceso es peligroso y constituye un arma muy poderosa para el mal.

Hemos visto que una de las razones que han inducido a importantes agencias de publicidad a emprender la investigación motivacional ha sido su descubrimiento del psicoanálisis, pues los que hacen un uso práctico de la psicología terminan tarde o temprano estudiando las posibles formas de utilizar la psicología profunda freudiana. Si es cierto que el origen de muchas acciones cotidianas se halla fuera de la consciencia (como han mantenido Freud y otros), de modo que el individuo normal es mucho menos lógico de lo que él se cree, entonces es obvia la importancia de conocer cuáles son esas motivaciones. Pero, aparte de eso, se empezaba a ver que el método de investigación de mercado consistente en preguntar directamente a una serie de personas seleccionadas que representan a un determinado grupo de edad, clase, ocupación o sexo, sobre la base de que saben lo que quieren, es un sistema que no siempre da resultado. Por ejemplo, pueden no saberlo, no decir la verdad, no conocer sus motivaciones inconscientes inclinarse a decir lo que creen que *deberían* querer en vez de decir lo que en realidad prefieren.

El prestigio de un producto ejerce una influencia considerable a la hora de que la gente manifieste sus preferencias, por lo que, si se tienen en cuenta sus respuestas a las preguntas directas, se puede muy bien llegar a la conclusión de que la revista *Atlantic Monthly*, relativamente intelectual, es la más leída de América, mientras que las revistas del corazón serían, según eso, las menos leídas, cuando en realidad este tipo de revistas tienen un número de lectores veinte veces superior al de aquélla. Una fábrica de cervezas que fabricaba dos clases de cerveza, una de tipo especial y otra normal más barata, hizo una encuesta para averiguar qué tipo de gente bebía una y otra. Para sorpresa de los directores, hubo una diferencia de votos de tres a uno a favor del tipo especial, a pesar de que, en respuesta a la demanda de los consumidores, la firma llevaba varios años fabricando y vendiendo nueve veces más la barata que la cara. Era evidente que la pregunta, aparentemente inocente, había tenido unas implicaciones muy distintas para los interrogados, para quienes había significado lo siguiente: ¿Bebe usted el tipo de cerveza que prefieren los que tienen un gusto selecto o prefiere la cerveza normal? Los psicólogos de la agencia de publicidad McCann-Erikson preguntaron a un grupo de gente que por qué no compraban los productos de uno de sus clientes, que vendía arenques ahumados. Los interrogatorios directos revelaron que a la mayoría de los encuestados no les gustaban los arenques ahumados. Sin embargo, una aproxi-

mación más sutil demostró que el 40 por 100 de los que aseguraban que no les gustaban los arenques no los habían probado en su vida. De forma similar, el Colour Research Institute, dudando de la fiabilidad de los comentarios de la gente, dio a elegir, a un grupo de mujeres que esperaban el comienzo de una conferencia, entre dos salas de espera. Una de las salas estaba decorada al moderno estilo sueco y amueblada con muebles modernos, mientras que la otra era una sala tradicional llena de muebles de estilo casero. Prácticamente todas las mujeres se dirigieron espontáneamente a la sala sueca. Sin embargo, cuando después de la conferencia se les preguntó qué sala preferían, el 84 por 100 dijo que la sala tradicional era más agradable.

Lo que la gente piensa y lo que dice o hace no siempre coincide; pero aún hay mayor distancia entre lo que la gente cree que piensa y el deseo o el miedo inconsciente que en última instancia motiva sus acciones. Así, el sentido común puede hacer suponer que la mayor parte de nosotros nos lavamos los dientes por razones de higiene dental, para evitar las caries o para tener una dentadura reluciente, y la publicidad de los fabricantes de pasta de dientes ha venido abundando durante años en estas razones. Pero la investigación ha demostrado que la mayor parte de la gente se lava los dientes una vez al día y a una hora que parece la menos lógica —nada más levantarse—, porque lo que fundamentalmente buscan es comenzar el día con la boca fresca. De ahí el énfasis subsiguiente en el «sabor a boca limpia» y en la «lengua fresca», pues la mayoría de las personas se preocupan más del estado de la boca después de dormir o de las consecuencias sociales de un mal aliento que de la suerte que puedan correr sus dientes.

Otras dos razones de la irrupción de la investigación motivacional en América fueron la crisis de superproducción, que hizo que los fabricantes trataran desesperadamente de vender la enorme cantidad de bienes que producían sus fábricas, y el hecho ya mencionado de que cada vez se parecen más entre sí todas las marcas bajo las que se comercializa un determinado producto. Los fabricantes, comenzaron a hablar cada vez más de la «obsolescencia psicológica», porque, en su opinión, era imprescindible que los bienes no duraran mucho. La gran velocidad de giro de un producto no se consigue únicamente mediante campañas de publicidad que crean una obsolescencia psicológica, con el fin de que la gente se sienta insatisfecha con un modelo relativamente viejo aunque perfectamente eficaz. En muchos casos se fabrican deliberadamente artículos de vida limitada, aunque sólo sea mediante el recurso de dejar de fabricar piezas de recambio. La uniformidad cada vez mayor de los productos hace que éstos apenas se

diferencien entre sí, y cuanto mayor sea la similitud entre dos artículos, menor será el esfuerzo de la razón para elegir entre una marca u otra. Lo cual, una vez más, sugiere inmediatamente el empleo de una psicología basada en el concepto de que el hombre no es esencialmente racional. Evidentemente es imposible recurrir al sentido común mediante una publicidad veraz que dependa de datos reales, cuando las marcas entre las que puede elegir el cliente tienen esencialmente las mismas características. Como ha dicho David Ogilvy, presidente de una gran compañía de publicidad.

Realmente no existe ninguna diferencia significativa entre las diversas marcas de whisky o de cigarrillos o de cerveza. Son todas prácticamente iguales. Y también son iguales los bizcochos, los detergentes y los automóviles.

Dos hombres se atribuyen la paternidad del nuevo sistema: Ernest Dichter, presidente del Institute of Motivational Research Inc. y autor del libro *The Strategy of Desire*, y Louis Cheskin, director del *Color Research Institute of America*. Dichter nació en Viena y trabaja en los Estados Unidos con un «psico-panel» de varios centenares de familias, cuyos componentes han sido todos ellos cuidadosamente estudiados en su aspecto emocional. Los ficheros de Dichter guardan todos los datos sobre estos individuos: si son ambiciosos o no, seguros o inseguros, neuróticos o relativamente normales; conociendo sus reacciones ante un producto determinado, la publicidad puede enfocarse de manera que suscite los temores del hipocondríaco o las esperanzas del ambicioso. Las entrevistas en profundidad se llevan a cabo individualmente sobre la base del método de libre asociación de Freud, con la diferencia de que se le da al sujeto palabra-estímulo —estímulo del producto y se le pide que piense en voz alta y diga lo primero que se le pase por la cabeza, sin preocuparse de formar una secuencia racional. A veces se sigue el sistema de la psicoterapia de grupo, reuniendo a diez personas en un ambiente permisivo que permita a los miembros del grupo expresar libremente incluso aquellos pensamientos que eran previamente inconscientes. También se emplean los tests que los psiquiatras denominan «tests de proyección», en los que el sujeto desconoce el verdadero motivo del test y cree que se le hace por una razón muy distinta. En todos estos tests se le presenta al sujeto una imagen o dibujo «no estructurado» y se le pide que diga lo que ve. Como la imagen en sí no da ninguna pista, por ser deliberadamente ambigua, lo que el sujeto dice no es sino una proyección de sus propias esperanzas, miedos y otras emociones que provienen de los pliegues más recónditos de su personalidad. En manos de un psiquiatra, estos

tests revelan, con más o menos seguridad, rasgos tales como una homosexualidad latente, tendencias paranoicas, inseguridad emocional y otras fuentes de conflicto mental. Destaquemos el test de las «manchas de tinta» de Rorschach, el T. A. T. o test de apercepción temática, con sus imágenes borrosas de figuras humanas con las que el sujeto deberá improvisar una historia, y el test de Szondi. Este último consiste en enseñarle al sujeto una serie de fotografías de distintas personas y pedirle que indique cuál de ellas preferiría que se sentase a su lado durante un viaje en tren y con cuál le gustaría menos quedarse a solas. Lo que no se le dice al sujeto del test es que todas las fotografías son de pacientes con desórdenes mentales: homosexuales, tipos maníacos y depresivos, paranoicos, histéricos, sádicos, epilépticos y esquizofrénicos catatónicos. Se descubren así las relaciones inconscientes de simpatía o de repulsión del sujeto con los tipos seleccionados, lo que permite obtener datos importantes sobre la verdadera naturaleza de los problemas del sujeto investigado.

Entre otros sistemas para investigar el estado emocional del encuestado cabe destacar el detector de mentiras, que detecta los cambios de tensión por medio del registro de reacciones fisiológicas en la presión sanguínea, el ritmo cardíaco, la exudación nerviosa, etcétera; la cámara oculta que recoge el guiño de los ojos y permite saber, por su cadencia, el grado de tensión o de relajamiento; y el empleo de la hipnosis. Un sujeto bajo hipnosis, al ser preguntado por qué compraba siempre la misma marca de coche, fue capaz de recordar un anuncio que veinte años antes había incidido en sus fantasías y que, aunque olvidado hacía mucho tiempo, todavía influía en su elección.

A modo de ejemplo de la presunta exactitud de tales tests, Donald Armstrong dice haber diagnosticado con toda precisión, sobre la base del test de Rorschach, la marca de cigarrillos que fumaba cada miembro de un grupo de ochenta fumadores, seleccionados por su fidelidad absoluta a una determinada marca: «...bastaba con mirar [los resultados del *test*] para saber inmediatamente la marca que *tenía* que fumar aquel pobre diablo. Acertamos ochenta veces seguidas».

> Básicamente [dice Pierre Martineau, uno de los mejores expertos en la materia] se trata de crear una situación ilógica. Lo que se busca es que el cliente se enamore de un producto y sea profundamente fiel a esa marca, aunque el contenido real puede ser muy similar en cientos de marcas que compiten entre sí.

La mejor imagen de una marca es aquella que tiene el cliente de sí mismo y que le permite proyectarse en un producto, de

forma que lo que compra es una proyección de sus propios rasgos. Por eso se dice que basta con que una persona dibuje un automóvil para saber qué marca de gasolina compra, al igual que su personalidad revela qué marca de cigarrillos prefiere.

Los investigadores son, no hay ni que decirlo, hombres prácticos para los que la salud del individuo o de la nación no significa gran cosa. Una agencia que trabajaba por cuenta de una destilería de whisky utilizó el test de Szondi para averiguar por qué la gente bebía whisky. El motivo de esta investigación era el hecho sabido de que los grandes bebedores consumen la mayor parte del whisky que se vende: un 22 por 100 de los que compran whisky consumen el 85 por 100 del volumen vendido. El test se hizo dos veces: una antes y otra después de que cada encuestado se bebiera tres whiskies largos. La conclusión (nada sorprendente) fue que los grandes bebedores buscan un cambio de personalidad que el alcohol les puede proporcionar, haciendo, por ejemplo, que un hombre apocado se convierta momentáneamente en un tipo duro, etcétera. Este dato podría utilizarse para hacer publicidad dirigida a los grandes bebedores, que son la base de la industria, invitándolos a beber más.

Para vender whisky y cigarrillos no se puede adoptar una actitud negativa que venga a decir «esto no le va a matar a usted». Es mucho mejor no hacer ningún tipo de referencia a temas tan desagradables. Como sugiere Martineau:

> No se puede imaginar a un anunciante de whisky diciendo en un tono llano y confidencial: «mucho cuidado con la cirrosis hepática» o proclamando que «un estudio realizado por prominentes autoridades a lo largo de diez meses ha demostrado que no existen casos de alcoholismo agudo o crónico».

Otro grupo de fabricantes estaba preocupado por el descenso de las ventas de dulces, pues, al parecer, la gente se sentía culpable de caer en la tentación de comer dulces porque producen obesidad y caries dental. Se acudió a Dichter, quien pronto logró disipar los sentimientos de culpa de la nación indicando a las empresas relacionadas con el caso que era una locura aceptar sumisamente la afirmación de que los dulces hacen engordar y son malos para los dientes, en vez de decirle al público que constituyen un alimento delicioso, completo y nutritivo. El plan consistió en urgir a los fabricantes a que dividieran cada unidad en «bocaditos» e insistieran en este detalle; según Dichter, esto proporcionaría una buena excusa para que las gentes compraran las barras de dulce: «Después de todo, no me lo tengo que comer entero, un bocadito y guardo el resto.» Pero añadía: «...dudo seriamente de que se llegue a

guardar el resto». Otro investigador tuvo la feliz idea de que los dulces son el símbolo infantil del premio por haberse portado bien, por lo que se le podía pedir al consumidor adulto que se premiase a sí mismo de la misma forma. El nuevo mensaje quedó así: «Para hacer más llevadero su duro trabajo, usted se *merece* dulces *M. & M.;* y, según datos de la compañía, las ventas se duplicaron en las zonas investigadas.

Mayores motivos de inquietud hay cuando esas técnicas se aplican a otros campos que el de la publicidad comercial: por ejemplo, en el campo de la política y en el de la industria. El presidente nacional de un partido político americano expresó su aceptación del nuevo enfoque durante la campaña electoral de 1956 al hablar de sus candidatos como productos a vender; y en 1952 se contrató a Rosser Reeves, de la agencia de publicidad de Ted Bates, para dirigir la campaña televisiva de Eisenhower a base de cuñas de 22 segundos escritas por él mismo. Para ello, Reeves estudió todos los discursos que había pronunciado Eisenhower hasta entonces, y luego se puso en contacto con George Gallup para descubrir a través de sus encuestas de opinión qué temas eran los más importantes para el público, escribiendo sus guiones según eso. Todas las cuñas comenzaban de la misma forma: un locutor decía, a modo de introducción y con emoción contenida: «¡Eisenhower responde a la nación!» A continuación, la voz de un «ciudadano normal» preguntaba cosas como: «señor Eisenhower ¿qué nos dice sobre la carestía de la vida?» Y el General respondía: «Mi mujer, Mamie, está preocupada con lo mismo; y yo le digo que es nuestra labor cambiar este tipo de cosas a partir del cuatro de noviembre.» Y, a continuación, una voz decía la frase preceptiva: «Lo que acaban de oír ustedes es un anuncio político pagado.» Se utilizó la técnica del *spot* o cuña para que la gente no tuviese más remedio que escuchar el mensaje que saltaba de improviso a sus pantallas, igual que los anuncios comerciales. Por la misma razón, la duración del mensaje era lo suficientemente corta como para que a los discrepantes no les diese tiempo de apagar el televisor, y los mensajes, cuidadosamente seleccionados y dichos de un lenguaje «familiar», conseguían así la máxima penetración.

En el terreno industrial, una escuela de comercio de California recomendaba a sus graduados como «personas hechas por encargo», cortadas a la medida por las técnicas de ingeniería social para que mostraran las actitudes correctas desde el punto de vista del patrono. Y como ha demostrado W. H. en *The Organization Man,* muchas grandes empresas utilizan los tests antes descritos para escudriñar los más recónditos recovecos mentales de los candidatos a puestos directivos. El moderno ejecutivo empresarial

no se da por satisfecho con conocer los datos externos de la vida profesional de un candidato, quiere saberlo *todo* acerca de él. El negarse a cooperar no sirve para nada, pues, como ha dicho Whyte:

> Los encargados del test conceden mucha importancia al modo de reacción de la gente ante el hecho mismo del test, y aunque el candidato se niegue a responder varias preguntas, no por eso elude el análisis. Muchos psicólogos creen que en estos casos se pueden deducir las ansiedades reprimidas casi también como si hubiesen cooperado plenamente.

Los tests no sólo son un instrumento para la selección de personal, sino que también se emplean para controlar a los que ya trabajan en una empresa. Whyte descubrió que en Sears, una de las empresas más grandes, ningún empleado había ascendido en lo diez últimos años sin que el presidente del consejo de administración comprobara personalmente su caso a la vista de los resultados de sus tests. Un director gerente no se debe sentir muy a gusto sabiendo que su presidente sabe mucho más de él que él mismo.

En 1956, el *Sunday Times* publicó una crónica sobre lo que parecía ser una nueva amenaza para la integridad de la mente humana. Se trataba de la «publicidad subliminal», inventada por Jim Vicary, un investigador de mercado americano. Vicary llegó a un acuerdo con el propietario de un cine de Nueva Jersey para instalar un segundo proyector especial que lanzaba de cuando en cuando una frase, como «Coca-Cola» o «coma palomitas», proyectándola simultáneamente sobre la misma pantalla en la que se estaba desarrollando la película principal. Las frases se proyectaban durante una brevísima fracción de segundo o con una intensidad muy reducida, de suerte que la mente consciente era incapaz de distinguirlas sobre el fondo de la película principal, ni siquiera cuando el individuo estaba sobre aviso. Las proyecciones de este tipo se alternaron con las proyecciones normales a lo largo de todo un verano. Los días en que se utilizaba el efecto subliminal registraban un aumento en la venta de *Coca-Cola* de aproximadamente un sexto, mientras que la venta de palomitas de maíz aumentaba en más de la mitad. Aunque el propio Vicary opina que es improbable que semejantes estímulos puedan producir una respuesta a no ser que el posible cliente ya tenga en mientes la idea de comprar el producto, la publicidad subliminal levantó una ola de protestas en la prensa americana y más tarde en la británica. En Gran Bretaña, el *British Institute of Practitioners in Advertising* se tomó el trabajo de editar un folleto *Subliminal Commu-*

nication, 1958) e impuso la prohibición de emplear ese método a sus 243 agencias. Uno de los párrafos del folleto decía así:

La libre elección del público a aceptar o rechazar forma parte de todas las formas de publicidad profesionalmente aceptadas, y no parece que se dé en los receptores de la comunicación subliminal.

Aldous Huxley, en una entrevista en TV, citó la opinión de un investigador según el cual «una vez establecido el principio de que algo funciona, se puede estar absolutamente seguro de que la tecnología empleada va a perfeccionarse constantemente». De ahí dedujo Huxley la conclusión orwelliana de que, para 1964, sería posible manipular a la gente tanto políticamente como de otras formas,.y advertía al auditorio del peligro de ser persuadidos, por debajo del nivel de elección y razón, a votar a un determinado candidato, sin percatarse de que estaban siendo persuadidos.

Vistas las teorías sobre los «persuasores ocultos», pasemos ahora a los hechos. Desde la publicación del libro de Walter Dill Scott ha habido muchos que han afirmado que la publicidad es, o puede llegar a ser, una ciencia exacta; en ese sentido abundaba también el libro *Scientific Advertising* que publicó Claude Hopkins en 1923. Pero Hopkins sólo trató de un aspecto del problema, el relativo a la publicidad de pedidos por correo, que es, de hecho, el único campo en el que se cumple esa pretensión científica. Está claro que si se publican dos anuncios distintos del mismo producto en la misma edición de un periódico, de manera que ambos vayan acompañados de un cupón recortable que hay que enviar junto con un dólar para recibir a vuelta de correo el artículo anunciado, la versión del anuncio que logre más cupones y más dólares es la mejor desde un punto de vista publicitario. Las ventas, en este caso, son una medida precisa del éxito del anuncio. Pero las ventas por correo son más típicas de los Estados Unidos que de Gran Bretaña, donde este tipo de ventas está limitado a un número muy pequeño de artículos; además, es un método que está declinando incluso en los Estados Unidos, porque los clientes aislados o los miembros de comunidades relativamente apartadas, que constituían la clientela principal, están siendo absorbidos por comunidades más grandes que tienen todas las facilidades de la ciudad. Además, cualquier lección «científica» que se haya podido extraer de este campo es casi completamente irrelevante en el campo mucho más amplio de la publicidad general, donde el problema no es vender un artículo relativamente único en una sola ocasión, sino el conseguir una clientela regular para un artículo que es casi indistinguible de otros productos similares comercializados bajo marcas diferentes.

Salvo esta excepción, no hay nada que se pueda llamar publicidad científica y, como ha demostrado concluyentemente Martin Mayer en su libro *Madison Avenue U.S.A.*, no hay agencia de publicidad que pueda demostrar tajantemente la eficacia de sus métodos si se aplican rigurosamente las normas de comprobación. Los publicitarios pretenden emplear principios científicos, pero en realidad su trabajo se basa en la intuición, en presentimientos y en una teoría general de la publicidad que varía mucho de una agencia a otra. No se puede negar que emplean a mucho personal científico: químicos analistas que comprueban un producto para que lo que luego se diga de él cumpla las exigencias de la Comisión Federal para el Comercio; psicólogos que comprueban la validez de la investigación motivacional; psicoanalistas que descubren el significado profundo de un producto para el consumidor, etcétera. Pero los científicos sociales no siguen ni mucho menos las mismas directrices: algunos siguen la corriente adleriana, en el sentido de que consideran que el impulso básico consiste en la búsqueda del poder, otros se inclinan por las teorías freudianas de tipo sexual y otros se basan en la tesis de Riesman de que el grupo de referencia es el origen fundamental de las opiniones del individuo.

Para hacerlo aún más complejo, cada agencia tiene su propia filosofía indemostrable de la publicidad, que en Madison Avenue va desde el USP, *Unique Selling Proposition* (proposición única de venta), de Bates y compañía, pasando por la «imagen de marca» de David Ogilvy, hasta la «empatía» de Norman B. Norman. Según la primera teoría, es necesario que un producto alegue algo que la oposición no puede ofrecer o no ofrece, y eso incluso cuando el producto no difiere significativamente de los productos competidores: por ejemplo, la pasta de dientes *Colgate* aumentó sus ventas con el eslogan «Limpia su aliento al tiempo que limpia sus dientes», aunque como confesaba Bates, «*todos los dentífricos* limpian el aliento a la vez que limpian los dientes, *pero nadie había alegado antes que un dentífrico limpiase el aliento*». De hecho, Hopkins *(Scientific Advertising)* ya había utilizado con anterioridad esa técnica cuando colaboró en la camapaña de la cerveza Schlitz con el eslogan «Lavadas con vapor puro», refiriéndose al método de esterilizar las botellas antes de llenarlas de cerveza. Sabía muy bien que todas las fábricas de cerveza utilizan el mismo sistema, pero explicó que lo importante no era lo que *hacía* la industria, sino lo que cada cervecero en particular *anunciaba* que hacía. Para David Ogilvy, el principal reclamo es el esnobismo: «Merece la pena darle a su marca un billete de primera clase para toda la vida. A la gente no le gusta que la vean consumiendo productos que

sus amigos consideran de tercera clase.» De ahí la filosofía de la «imagen de marca», que supuestamente le confiere al producto una personalidad total que irradia elegancia y prestigio; y de ahí que se utilicen modelos como el barón George Wrangel, noble ruso, con su parche negro en el ojo, que anuncia camisas «Hathaway», o el comandante Edward Whitehead, cuyo aristocrático acento inglés ha tenido mucho éxito a la hora de vender *Schweppes.* La agencia que tiene por luminaria a Norman encontró su solución a los problemas de la publicidad en la «empatía», que por definición significa la capacidad de meterse en el pellejo del cliente, aunque en la práctica se reduzca a tratar de descubrir las «verdaderas» razones por las que la gente compra determinados productos. Como la orientación de Norman es básicamente freudiana y la mayor parte de su negocio consiste en la venta de cosméticos y ropa interior de mujer, las «verdaderas» razones resultan ser, naturalmente, sexuales.

El trabajo de Ernest Dichter, con su rígido planteamiento freudiano, ha sido utilizado por Vance Packard en su libro para sugerir una siniestra trama contra el cliente, no sólo por parte de Dichter, sino también de otros que utilizan sistemas similares. Se las arregla, como dice un crítico de *Los persuasores ocultos* «para que el mundo del *Big Brother* de George Orwell resulte igual de sobrecogedor que *East Lynne*». Pero, como ha indicado Mayer, Packard incluye dentro de la investigación motivacional casi todo el campo de la publicidad, desde las simples intuiciones de sentido común hasta las interpretaciones freudianas más profundas. Así, el trabajo de Bates para Colgate antes mencionado se atribuye a la investigación motivacional, la cual, sin embargo, no se llevó a la práctica hasta dieciséis años más tarde. Dichter se ha convertido en una especie de leyenda de su época y a menudo se le atribuyen trabajos de los que no es responsable. Un artículo biográfico le atribuye el desarrollo de «nuevos y dinámicos planteamientos» para la campaña de la *Chrysler Corporation* «Fíjense en los tres......», que «demostró ser el punto decisivo de las ventas de ese automóvil». Pero el caso es que aquello no fue una campaña, pues el anuncio sólo se utilizó una vez, y Dichter no pudo tener nada que ver con él porque el anuncio en cuestión apareció seis años antes de que Dichter llegara a América. La dificultad está en saber cuántos éxitos le debe Dichter a su supuesto enfoque «científico» profundo, y cuántos a la intuición normal y corriente. Mayer dice que «...es sorprendente la frecuencia con que el análisis motivacional de Dichter lleva a sugerencias que un publicitario de primera clase había hallado sin ninguna clase de explicaciones freudianas». Algunos de sus trabajos de investigación de mayor éxito y aparente-

mente más freudianos han acabado siendo simples sugerencias de sentido común. Por ejemplo, cuando las compañías aéreas recabaron su consejo, estaban intentando presentar en su publicidad el argumento de que viajar por el aire es seguro y que nadie tiene por qué tener miedo de volar. Dichter les recomendó que abandonaran el tema de la seguridad y se concentraran en vender a los hombres la idea de que volar es más rápido y a las mujeres la de que sus maridos vuelven antes a casa. Pero este consejo se basa en uno de los principios más antiguos de la publicidad, y es que cuando se tiene que vender un producto potencialmente peligroso no se debe adoptar nunca la postura de decir que, después de todo, no es realmente tan peligroso. Lo importante es hacer hincapié en los aspectos positivos, porque hacer publicidad en contra de lo que la gente cree sólo consigue aumentar sus ansiedades. Otro ejemplo de una supuesta interpretación freudiana que en realidad se reduce a simple sentido común fue el consejo de Dichter a *Ronson*, que no conseguía atraer clientes con el argumento de que sus mecheros no fallaban nunca. Se trataba, una vez más, de un planteamiento meramente negativo, que se corrigió con el análisis de Dichter, a tenor del cual la llama es un símbolo sexual y la diosa de la luz está relacionada con Eros. Lo que en definitiva recomendó es que apareciese la llama en primer plano en vez del mechero en su totalidad. Los resultados no tuvieron nada que ver con el simbolismo sexual, pues el efecto del anuncio en el cliente fue el mostrarle que *Ronson* tenía confianza en su producto, sin decir nada que el cliente no iba a creer, porque está claro que no existen mecheros infalibles. Es decir, se cambió el reclamo negativo por uno positivo.

La «publicidad subliminal» de Vicary es otro caso de tempestad en un vaso de agua, pues el procedimiento, a pesar de la inquietud que suscitó, no es ni nuevo ni, como admite el propio Vicary, especialmente eficaz. Aristóteles ya mencionó la posibilidad de una percepción subliminal, y Leibniz trató extensamente de la posibilidad de «percepciones insignificantes que apenas se notan», que no son suficientemente distinguidas para ser percibidas, pero que se llegan a conocer a través de ciertas consecuencias». «Es un gran error», añadía, «creer que no hay más percepción en el alma que aquellas de las que se es consciente». En 1910, H. Ohms demostró un efecto subliminal bajando el volumen de palabras apenas audibles, y en 1955 N. F. Dixon comprobó que cuando se presentaban palabras-estímulo de forma subliminal y se pedía a los asistentes que dijesen lo primero que se les pasase por la cabeza, a menudo respondían con palabras que tenían una

conexión significativa con la palabra del estímulo. Según el folleto que editó sobre el tema el Instituto de Publicitarios:

R. Jung demostró que, incluso durante el sueño, las respuestas psicogalvánicas (esto es, cambios psicológicos medidos por instrumentos que indican respuestas emocionales) se podían producir no sólo con ruidos grandes, sino también con sonidos insignificantes tales como murmurar el nombre del observador. Esto puede suceder sin que se despierte el observador, y si se despierta no recuerda qué fue lo que le estimuló. Por lo tanto, es claro que existe en el cerebro un mecanismo capaz de responder a cierto tipo de estímulos de posible importancia para el individuo, y aunque éste no se dé cuenta de su naturaleza precisa, su sistema nervioso autónomo puede reaccionar ante ellos como ante una alarma o una amenaza emocional.

Los estímulos comprendidos en los mensajes transferidos durante la comunicación subliminal se debilitan reduciendo su intensidad hasta un nivel por debajo de aquel en que pueden ser percibidos conscientemente o restringiendo su duración a espacios de tiempo muy cortos. Es imposible rechazar la conclusión de Vicary en el sentido de que la publicidad subliminal sólo influye en aquellos que ya están predispuestos a comprar el producto, aunque en la gran mayoría de los casos estudiados hay pruebas de que la persona hubiese percibido el mensaje ni consciente ni inconscientemente. Ya hemos visto que la teoría de que es posible introducir en la mente una idea contraria a las inclinaciones básicas de una persona es un absurdo, pues tales ideas o experiencias o son rechazadas o, en el caso de experiencias traumáticas o hipnóticas, son disociadas o apartadas del conjunto de la mente; si su contenido es desagradable, pueden llevar a la ansiedad, pero nunca conducir a la acción. Al igual que las demás formas de propaganda, la publicidad puede acelerar o retardar tendencias, pero nunca invertirlas. Mayer, por ejemplo, dice:

La publicidad sirve de muy poco a la hora de combatir una tendencia contraria a un tipo de producto —los cerveceros se gastan más de 100 millones de dólares al año para anunciar su cerveza, respaldando sus anuncios con todo el arsenal de la investigación motivacional, pero el consumo *per capita* de cerveza desciende constantemente—, porque la publicidad no puede añadir valores suficientes para superar los factores primarios que hacen que un cliente encuentre cada vez menos satisfacción en el uso de un producto. Aquí, como en la escena política, la publicidad es el viento sobre la superficie, que lo barre todo cuando sopla a favor de la corriente, pero que es impotente a la hora de evitar la acción de fuerzas superiores*.

---

* Otra prueba de la relativa importancia del publicitario o propagandista

Ni la investigación de mercado ni la investigación motivacional pueden ser científicas, porque, como ha dicho Alfred Politz en lo referente al campo de la publicidad general:

Cada aspecto concreto de la conducta del consumidor se remonta a una multitud de causas psicológicas y mecánicas. Es la combinación específica y la fuerza relativa de las diversas causas lo que lleva a hacer una compra determinada. Si no conocemos la fuerza relativa de esas causas no podemos computar el efecto de una determinada acción comercial. Las ideas brillantes permiten realizar una función útil en el *marketing*. Pero no todo lo que es brillante merece el nombre de «investigación».

O como dice Mayer:

Del hueco dejado por la desaparición de la «publicidad científica» [ha surgido] una gran cosecha de filosofías publicitarias.

Lejos de que los nuevos métodos publicitarios sean tan eficaces o siniestros como pretende Vance Packard, hay abundantes pruebas de que, como tantos otros mensajes que le llegan al público a través de los medios de comunicación de masas, el resultado final puede ser que la gente deje de responder y adopte posturas cada vez más críticas. Una encuesta Gallup realizada en 1958 mostró que la mayoría de los tenderos pensaban que se estaba gastando demasiado dinero en publicidad; una encuesta americana en el mismo año descubría que el 50 por 100 de las mujeres relacionaban la publicidad con la exageración, mientras que un 86 por 100 opinaba que la publicidad era claramente deshonesta; y una encuesta en Canadá reveló que estaba declinando la fe en la publicidad. Otra encuesta británica ha demostrado que sólo un 11 por 100 de los encuestados creen que los personajes famosos usan los productos que recomiendan en los anuncios.

La publicidad difiere en algunos aspectos importantes de la propaganda en general: básicamente, en que las necesidades que satisface no son ni tan superficiales como para ser triviales ni tan arraigadas como para ser universales. También difiere en que la apelación está cortada a la medida de un determinado cliente o grupo de clientes. Esto no es aplicable en igual medida a la

---

a la hora de influir para bien o para mal sobre tendencias establecidas es que, a pesar del miedo al cáncer, las ventas de cigarrillos en los Estados Unidos han aumentado en un 26 por 100 desde 1950. Por otra parte, la venta de tabaco de pipa, al igual que la cerveza, ha descendido constantemente de 210 millones de libras en 1920 a 75 millones en 1961. Ni la propaganda sanitaria en el primer caso, ni los esfuerzos de las agencias de publicidad, en el segundo, han tenido el menor efecto.

propaganda política o religiosa, donde la apelación no es ni trivial ni totalmente universal por lo que respecta a un partido o secta determinados; tampoco se puede alterar radicalmente la propaganda sin combatir la naturaleza esencial de ese grupo. El político o el sacerdote le dicen a la gente lo que tienen que pensar, y aunque cualesquiera de ellos puede tratar de demostrar que su mensaje no entra en conflicto con ninguna de las creencias fundamentales de su auditorio, el mensaje se acepta o se rechaza según los rasgos básicos de la personalidad del individuo o, quizás, según su afilación de grupo. El publicitario, por el contrario, está prácticamente a disposición de los deseos del público que procura satisfacer. Evidentemente, es mucho más fácil hacer que la gente acepte algo que ha sido creado con el fin de satisfacer una necesidad generalizada y que ha sido estudiado cuidadosamente teniendo presente dicha necesidad, que hacer que el público acepte una creencia ya establecida que puede o no encajar con sus creencias previas. Los publicitarios dirigen su mensaje a un grupo determinado del que, en las circunstancias existentes, pueden esperar la máxima respuesta. Las agencias dividieron hace tiempo a la población inglesa en cinco categorías o clases: *A*) la clase alta; *B*) los profesionales; *C*) los trabajadores de «cuello blanco»; *D*) la gran masa obrera; y *E*) los relativamente necesitados, como los ancianos pensionistas. Pero recientemente se ha visto claro que el grupo *C* puede subdividirse en dos clases de gente bastante distintas, el trabajador de «cuello blanco» con unos ingresos fijos, y el nuevo y relativamente próspero trabajador manual especializado. Este último, que se ha denominado grupo *C2*, pertenecía a la clase obrera de antes de la guerra, pero ahora, como observaba un investigador de mercado, está «...sólidamente en el mercado de las lavadoras, secadoras, etcétera..., este grupo *C2*, que vive a menudo en viviendas subvencionadas, con menos compromisos que el hombre de "cuello blanco", constituye el principal mercado al que nos dirigimos». Por eso, como ha indicado David Ogilvy, «la mayor parte del material se redacta por debajo del nivel medio de inteligencia».

En conjunto, nuestro veredicto sobre la publicidad tal y como se lleva a cabo en la actualidad tiene que ser desfavorable. La mayor parte de la publicidad, o es poco veraz, o está dirigida, en cualquier caso, a crear impresiones falsas; hemos expuesto sus pretensiones de ser «científica» o incluso siniestra; y el grueso de la publicidad es culturalmente repulsivo para una persona medianamente culta. Por supuesto, podríamos decir lo mismo de otros productos de los medios de comunicación de masas: las malas películas, los programas de radio o televisión, los periódicos.

Pero éstos son fáciles de evitar, mientras que muy poca gente puede soslayar el contacto con la publicidad. Sin embargo, a excepción de algunos campos (como el de los medicamentos patentados), es dudoso que pueda hacer daño a nadie, y hasta podríamos afirmar que ha sido hasta cierto punto beneficiosa; pues aunque a menudo es verbalmente repelente, su arte visual es a veces bastante notable. Mucha gente ha llegado a conocer la obra de Braque y de Picasso gracias a los carteles y, al igual que otros de la llamada «élite» que controla los medios de comunicación de masas, es posible que los publicitarios hayan hecho más por el público desde un punto de vista estético que lo exigido por el gusto popular. Por último, y también en el aspecto positivo, no es inconcebible que la publicidad, en vez de llevar al conformismo, como pretenden sus críticos, sea una fuerza importante para la creación de una diversidad en el gusto, pues su existencia misma depende de las diferencias entre los productos, ya sean reales o imaginarios. Es la producción en masa, y no la publicidad, la que crea la verdadera uniformidad de los bienes. El conformismo en el gusto es la carga de las comunidades empobrecidas que carecen del dinero o de la oportunidad para expresarse; pero dentro de límites muy amplios, la próspera comunidad moderna se puede permitir un individualismo desconocido hasta ahora en la historia. Es cierto que existen fuerzas sociales y psicológicas que actúan en la sociedad de masas en el sentido opuesto, es decir, a favor de un conformismo ideológico, pero hay que tener mucha imaginación para atribuirlas a la publicidad comercial.

En cuanto a los *tests* de proyección, acusados de siniestros, se emplean y se seguirán empleando en psiquiatría, pues la mayoría de los psiquíatras, aunque de ninguna manera todos, consideran que sus resultados son dignos de crédito. Pero su empleo en las empresas para la selección de personal es harina de otro costal; en este caso son una muestra perfecta de la falacia de utilizar métodos rígidamente científicos con fines groseramente acientíficos. Por supuesto, existen *tests* mucho más antiguos que sirven para descubrir las facultades prácticas concretas de una persona, como es la habilidad manual, la velocidad de reacción o la ausencia o presencia de defectos tales como el daltonismo, datos que pueden ser muy útiles para la selección de pilotos de aviación, maquinistas, etcétera. Pero la razón por la que estos *tests* de aptitud son útiles es *porque sabemos lo que buscamos* en un piloto o en un conductor. Lo cual no es cierto en el caso de un directivo de empresa, porque nadie sabe lo que hace que un gerente sea bueno. Aun cuando pudiéramos conocer todos los detalles de la vida privada de una persona, seguiríamos sin saber si esa persona sería un

buen gerente en una empresa determinada. Detrás del empleo de los *tests* de proyección en la industria se ocultan dos supuestos erróneos: *a*) suponer que se sabe lo que hace de una persona un buen directivo, y *b*) que la persona normal es más eficiente que la persona anormal. Los hechos, sin embargo, demuestran lo contrario; todo indica que muchos de los grandes dirigentes de la industria han sido neuróticos. Es su neurosis la que les proporciona el impulso para salvar situaciones ante las cuales un individuo «normal», sin conflictos mentales, permanecería sentado sin hacer nada. Como hay ciertas neurosis en las que el paciente es incompetente en su trabajo, tendemos a creer que los que no son neuróticos serán competentes. Pero lo cierto es que sólo va al psiquíatra el neurótico incompetente, y como la neurosis está socialmente definida, ignoramos a la gran cantidad de gente brillante que tiene éxito precisamente por ser neurótico.

Otro argumento de mayor peso contra el empleo de esos *tests* fuera de la consulta del psiquíatra es que son fáciles de burlar, y de hecho circulan por lo menos dos libros que le explican al lector con todo detalle cómo hacerlo. Las reglas son sencillas, lo único que hay que hacer es dar respuestas convencionales basándose en la tesis de que uno es un moderado en todos los aspectos, carece de sentimientos excesivamente fuertes a favor o en contra de los padres y amigos, tiene opiniones conservadoras en materia política y religiosa y ha realizado con acierto (aunque no con éxito absoluto) todas las tareas que se ha propuesto a lo largo de su vida. En otras palabras, que salvo para ganarse la vida, uno no es más que un gazmoño y un tipo indescriptiblemente aburrido. Sin embargo, incluso en este campo hay pruebas de que los industriales americanos y de otros países están comenzando a rechazar los *tests* que no estén específicamente ideados para conocer las aptitudes concretas para un trabajo manual. Cada vez está más claro que el hombre emprendedor no es el pálido conformista, sino el hombre con impulso, ambición y fuertes sentimientos personales. Los *tests* de proyección son científicos, pero los campos a los que se han aplicado en la publicidad o en la industria no lo son.

8. La transformación científica de la mente

Uno de los campos de la transformación mental en el que desde hace muchos años se llevan realizando exhaustivas investigaciones con intenciones generalmente benignas y de una forma más o menos científica pertenece a la esfera de la Medicina. El problema de los trastornos mentales obligó a los médicos a buscar la forma de devolver sus antiguas coordenadas mentales al paciente cuya personalidad ha sufrido transformaciones malignas. El paciente, según todos los síntomas, se ha convertido en otra persona, alienado de su verdadero yo (de ahí el nombre de «alienista» que tenía antiguamente el psiquíatra), y el trabajo de médico consistía en invertir tales cambios. Pero antes de poder hacer eso era necesario disponer de algún tipo de teoría sobre cómo se había producido este proceso anómalo.

Tales teorías existen sin duda desde los tiempos más remotos, comenzando por la creencia de que los locos eran víctimas de la posesión de un espíritu maligno —creencia que en la actualidad sólo se mantiene en el seno de comunidades muy primitivas, de pueblos culturalmente atrasados o en comunidades más complejas pertenecientes a las ramas ortodoxas de la Iglesia Cristiana—. La teoría contraria, según la cual los desórdenes mentales tienen un origen físico, surgió durante la Era de Pericles, cuando Hipócrates, «el padre de la medicina moderna», arremetió contra las ideas

tradicionales y demostró que la epilepsia, que entonces se conocía como la «enfermedad sagrada», tenía una causa natural y no era más sagrada ni más divina que otras enfermedades. Hipócrates creía que la enfermedad mental tenía un fundamento fisiológico, siendo debida a variaciones en el equilibrio de los cuatro humores del cuerpo que hacen que un individuo sea predominantemente sanguíneo, melancólico, flemático o colérico (útil descripción del temperamento, que todavía tiene vigencia entre los seguidores de Pavlov y del psicoanalista Fromm). La Edad Media trajo consigo una vuelta a la demonología y a la brujería y sustrajo la enajenación mental de la esfera de acción de la medicina, hasta que, con el Renacimiento, hombres como el español Juan Vives, el alemán Cornelius Agrippa y el suizo Paracelso elevaron su protesta contra la estúpida brutalidad perpetrada en nombre de la religión. Johann Weyer, médico holandés del siglo XVI, escribió un manifiesto contra la brujería citando muchos ejemplos de enfermedades mentales que él explicaba de un modo sorprendentemente actual, anticipándose a la moderna psiquiatría. Pero sus escritos fueron prohibidos por la Iglesia y lo han seguido estando hasta el siglo actual.

Los verdaderos orígenes de la psiquiatría moderna se encuentran a partir de mediados del siglo XIX, período en el que la filosofía de la mayoría de los científicos era un materialismo en cierto modo demasiado simplista que parecía sugerir que toda enfermedad mental tenía que ser resultado de algún efecto *estructural* en el sistema nervioso, creencia que ahora sólo mantienen los neurólogos más ingenuos —aquellos especialistas cuyo campo de estudio son los diversos estados patológicos a los que está expuesto el sistema nervioso, como tumores, neuritis, distintas formas de parálisis—, etcétera. Porque al igual que el verdadero creyente odia más al hereje (cuyas creencias no son sino una modificación de las suyas propias) que al ateo total (para quien siempre hay esperanza), el especialista en una materia suele mantener opiniones totalmente opuestas a las del entendido en una especialidad estrechamente relacionada con la suya, sobre todo en aquellas materias que forman la frontera común entre ambas especialidades. Por eso, ante un caso de calambres durante la escritura, el neurólogo murmurará algo sobre los «malos hábitos de escribir» y recetará un descanso completo del brazo, masajes y entablillamiento, mientras que su colega el psiquíatra verá en ello una neurosis con el intento inconsciente de dejar de escribir; su tratamiento consistirá en hacer que el paciente se dé cuenta del motivo y que comience a escribir lo antes posible. El uno ve en semejante estado algo que está dentro de los límites del sistema nervioso de su paciente; el otro, una reacción que se está produciendo entre el paciente y su entorno

social que engendra tensión psicológica. El más importante de los grandes psiquíatras del siglo XIX que hizo esta distinción fue Emil Kraepelin, un alemán a quien se debe la primera clasificación completa de las enfermedades mentales. Kraepelin distinguía ya aquellos estados patológicos que hoy se llaman *orgánicos* —que en realidad son enfermedades físicas acompañadas de síntomas mentales— de los trastornos *funcionales* en los que los cambios estructurales están aparentemente ausentes, es decir, lo que ahora describiríamos con el nombre de enfermedades psicológicas. Freud, junto con los psiquíatras franceses Jean Charcot y Pierre Janet, fueron los pioneros en el campo psicológico, aunque todos ellos concedían gran importancia a factores orgánicos tales como la herencia y la constitución física.

Se da la paradoja de que Freud, que habría de popularizar más que nadie el punto de vista psicodinámico y demostrar que los trastornos nerviosos funcionales, tales como las neurosis y las personalidades psicopáticas, no eran enfermedades en sentido ordinario sino aspectos de una inadaptación, siguió siendo hasta el final de su vida un materialista mecanicista. Sus teorías psicológicas fueron apologéticamente descritas como su «mitología», y estaba convencido de que tarde o temprano se llegaría a una descripción en términos totalmente fisiológicos. Esta opinión es por una parte cierta y por otra confundente; es cierta en tanto en cuanto no hay razón para rechazar el materialismo ni para dudar de que los estados «mentales» no sean sino el aspecto subjetivo de los estados fisiológicos; y confundente en la medida en que sería incorrecto suponer que una descripción exhaustiva de los cambios fisiológicos internos podría dar una explicación satisfactoria de un proceso que implica a toda la persona en su marco social. Pero en la actualidad esta antigua distinción entre trastornos nerviosos orgánicos y funcionales ya no es enteramente válida, salvo para indicar de una forma tosca pero eficaz que los primeros constituyen básicamente una enfermedad física en la que se pueden detectar los cambios estructurales con el microscopio o incluso a simple vista, mientras que los últimos constituyen una enfermedad en la que los trastornos físicos del cuerpo son consecuencia de la tensión emocional y no se produce cambio estructural alguno. Esta distinción se ha venido abajo, en gran parte, debido al conocimiento de que la tensión emocional prolongada, con su consiguiente trastorno a nivel psicológico, puede llevar en última instancia a un cambio orgánico, en el sentido de desórdenes psicosomáticos tales como la úlcera de duodeno y la elevada presión sanguínea con la que finalmente sobreviene la arterioesclerosis. La tensión emocional (*stress*) se caracteriza, desde un punto de vista psicológi-

co, por un estado de ansiedad, sentimientos de culpa, agresividad y otros conceptos subjetivos, o desde un punto de vista fisiológico por tensiones musculares, alteraciones bioquímicas de la sangre, etcétera, pero no se puede explicar sin hacer referencia a las circunstancias del entorno social que son las que la originan. Por otra parte, teóricamente se puede combatir de estas tres formas: el psiquíatra puede modificar el entorno del paciente para eliminar la situación externa que origina la tensión, puede cambiar las actitudes del paciente hacia sus problemas mediante la psicoterapia, o, por último, puede influir con drogas o con otros medios sobre los procesos fisiológicos que median entre los estímulos de la tensión y el cuerpo del paciente. Para poner un ejemplo deliberadamente simple: una úlcera de duodeno producida por las tensiones en la vida laboral puede tratarse haciendo que el paciente cambie de empleo, alterando sus actitudes hacia el trabajo sin que cambie .éste, mediante drogas, o cortando el nervio vago que es el que transmite los impulsos de ansiedad al estómago y al duodeno.

En realidad, el problema no es tan sencillo como parece, porque la fuente externa de ansiedad no es simplemente la situación objetiva tal como es, sino más bien la situación tal como el paciente la interpreta a la luz de su experiencia. Hay situaciones que serían intolerables para la mayoría de la gente, pero aquella a la cual responde el neurótico es una situación a la que se ha sensibilizado en los primeros años de su vida y que, por consiguiente, es de extrema importancia para él, aunque puede que no afecte para nada a otras personas. Por ejemplo, puede mostrarse intolerante con una imagen de la autoridad perfectamente bienintencionada por causa de antiguas asociaciones con un padre excesivamente intransigente, o no resistir la presencia de su suegra a causa de antiguas asociaciones con su propia madre; en estos casos, el que desaparezca la situación intolerable puede hacer que desaparezcan también los síntomas del paciente, aunque no sus actitudes distorsionadas. El proverbial crucero de antaño hacía que el neurótico mejorara, no como consecuencia de un descanso físico, del que no tenía necesidad, por no haber nada defectuoso en la estructura física de su sistema nervioso, sino por salir temporalmente de las circunstancias que motivaban su tensión. El psiquíatra moderno trata en general de alterar las actitudes subjetivas del paciente, pues cambiar la situación objetiva tiene, desde el punto de vista terapéutico, unas limitaciones muy estrictas; a pesar de todo, como veremos más adelante, un drástico cambio ambiental puede producir espectaculares cambios de personalidad (para mal) si se emplea para fines más siniestros. La psicoterapia trata de modificar o

cambiar las actitudes defectuosas, y es un término más bien elástico que abarca todo lo que va desde la mera sugestión, con o sin hipnosis, con la que se pretende simplemente aumentar la confianza del paciente y permitirle enfrentarse a sus problemas, hasta la psicoterapia analítica, que intenta destruir las antiguas actitudes y permitir que sean reemplazadas por actitudes nuevas más acordes con la realidad.

El psicoanálisis, el sistema de terapia ideado por Freud, es el más exhaustivo de los procedimientos analíticos y también, desafortunadamente, el más prolongado, pues, requiere cincuenta y cinco minutos diarios cinco veces a la semana a lo largo de un espacio de tiempo de dos o más años. El paciente permanece tumbado en un diván durante las sesiones y se le pide que hable sin pensar, que diga lo primero que se le pase por la cabeza, sea de la índole que sea; andando el tiempo, la libre asociación lleva a los orígenes básicos del conflicto, que son, por supuesto, inconscientes. El paciente ha acudido al analista con diversos síntomas, tales como temores irracionales o fobias, ataques incontrolados de ansiedad, insomnio y similares, pero estos síntomas se consideran como productos de conflictos subyacentes que surgen fundamentalmente de defectos en las relaciones interpersonales. El análisis pretende que tales conflictos afloren a la superficie consciente para poder tratarlos de una forma práctica a nivel racional. En este proceso, la actitud del paciente hacia el analista, la transferencia, desempeña un papel primordial; es esa actitud la que, por así decirlo, forma una muestra representativa de sus actitudes defectuosas hacia personas significativas en los primeros años de su vida, cuando surgieron los conflictos básicos. El analista hace hincapié en la naturaleza irracional de tales actitudes, que el paciente no había llegado a comprender previamente; los problemas originales son extroyectados ante el psicoanalista y, de esta forma, acaban por perder su naturaleza compulsiva. Como el psicoanálisis completo está fuera del alcance de la mayoría de la gente (por razones prácticas de tiempo, dinero y adaptabilidad del método en un caso dado) se han hecho intentos de reducir el tiempo del psicoanálisis utilizando principalmente uno de estos dos sistemas: llegando por la vía rápida a los conflictos inconscientes a través de métodos como la hipnosis o el empleo de drogas, o haciendo el analista una interpretación activa; esto es, el psicoanalista, basándose en sus conocimientos de psicopatología y en el cuadro clínico general del paciente, determina cuáles son sus conflictos y obliga al paciente a tomar conciencia de ellos sin esperar a que por sí mismos se vayan manifestando a través de asociaciones libres. Tales métodos resultan bastante satisfactorios cuando la

aparición de la neurosis es relativamente reciente y se ha producido como respuesta directa a una provocación francamente severa del entorno, o en casos monosintomáticos, como cuando el problema más visible es una sola fobia. De hecho, se acercan bastante a los métodos empleados por Freud en los primeros tiempos del movimiento, cuando se consideraba el síntoma como la lápida que señala el sitio exacto donde yace reprimido un recuerdo traumático. Sin embargo, estudios posteriores pusieron de manifiesto que la neurosis es una enfermedad de la personalidad total a pesar de que en un examen fugaz sólo se observe un síntoma, y está generalmente admitido que eliminar un síntoma de esa forma no equivale a la cura completa, como suprimir la tos molesta no significa curar una bronquitis. Con todo, en una personalidad por lo demás sana, puede considerarse como un resultado satisfactorio, especialmente si la tensión ambiental era aguda y es improbable que se vuelva a producir. Los métodos a corto plazo son, por esta razón, especialmente útiles para combatir neurosis en las cuales se ha reprimido un recuerdo terrible con la subsiguiente formación del síntoma. En tales casos, se le pone al paciente una inyección de *Pentotal* o escopolamina, que deja al paciente lo suficientemente adormecido como para relajar las represiones y hacer que afloren los recuerdos a la conciencia, produciéndose una gran tensión emocional mientras se revive el incidente traumático. Esta crisis emocional se conoce con el nombre de abreacción, y surte efectos terapéuticos en la medida en que el paciente es capaz de aceptar el material rechazado y de integrarlo en su ego como parte de su historia pasada. Es entonces cuando deja de ser una masa indigesta que produce síntomas a causa de la represión y se convierte en un recuerdo que antes fue traumatizante y que ahora forma parte de una experiencia conscientemente recordada y está integrado en la conciencia del paciente. Se pueden obtener resultados similares con el empleo del éter anestésico o de la hipnosis, métodos que se emplean frecuentemente en la práctica cotidiana para hacer que un paciente se percate de sus propios problemas cuando éstos han sido reprimidos parcial o totalmente. Estos medios permiten reducir mucho la duración del análisis, aunque los mejores resultados, como ya hemos indicado, se obtienen en pacientes de personalidad previamente sana que han estado sometidos a una considerable tensión ambiental.

Las drogas que se emplean de esta forma son las que se conocen popularmente con el nombre de «drogas de la verdad», y es necesario considerar hasta qué punto son o pueden ser empleadas para fines no terapéuticos. ¿No se podrán utilizar para sacarles la verdad a los presos reacios, ya sean políticos o comunes? Toda

las pruebas indican lo contrario. ¿Pueden ser utilizadas, por otra parte, para provocar confesiones falsas en los prisioneros, como se sugirió repetidamente que sucedía durante las purgas soviéticas de los años treinta? Evidentemente, no. Las llamadas «drogas de la verdad» son simplemente anestésicos ordinarios que en su mayor parte han sido utilizados durante años (el éter, considerado el más eficaz de todos en psiquiatría, es el más antiguo, pues data de 1847) y que en dosis subanestésicas producen efectos muy parecidos a los del alcohol en cantidades embriagadoras. Es decir, relajan el control de la conciencia y permiten que el individuo se exprese sin que actúe su censura habitual. Su empleo se basa en el viejo, si no enteramente cierto, dicho: «*In vino veritas*». Por suerte o por desgracia, el borracho no siempre dice la verdad objetiva en términos de la realidad exterior; si no no se darían esas famosas fantasías del borracho sobre lo mal que se le trata en su casa o sobre cómo contribuyó a la victoria en la última o en la penúltima guerra. Lo que el buen psicólogo aprende es una gran dosis de verdad no sobre acontecimientos objetivos, sino sobre el carácter del propio individuo. Esto le viene muy bien al psiquíatra, porque, en el sentido que a él le interesa, todo lo que le dice el paciente es «verdad» en tanto en cuanto revela sus verdaderas actitudes ante la vida. Cuando Freud, en sus primeros años de profesión, escuchaba los relatos de sus pacientes sobre cómo habían sido seducidos sexualmente en su infancia por sus parientes más próximos y descubría más tarde que esos sucesos habían sido elaborados y en realidad no habían transcurrido nunca en la mayoría de los casos, se quedaba al principio perplejo. Pero luego se dio cuenta de que lo importante no era el que hubiesen sucedido o no, sino que el paciente sintiera como si hubiesen ocurrido en la realidad.

Este tipo de «verdad» no le sirve de nada al policía político que quiere hacer hablar a su prisionero; para su desgracia, no existe ninguna droga que pueda hacer que su víctima diga la verdad en contra de su voluntad. Algunos tribunales americanos de justicia admiten las declaraciones prestadas por el acusado bajo el efecto de «drogas de la verdad», pero siempre y cuando se haya sometido de un modo voluntario. Pero es sabido que una persona puede mentir igual bajo los efectos de una droga que sin ellos; y aunque la censura se relaje, un prisionero avisado es capaz de mantener hasta el final la historia que originalmente contó. Puede llegar incluso hasta un punto en que él mismo se la crea en gran parte. Los pacientes clínicos son más susceptibles a la influencia de tales drogas, porque normalmente están dispuestos a cooperar con el psiquíatra para que desaparezcan sus síntomas; pero, aun en

esos casos, no siempre es posible el recuerdo objetivo. «Las drogas de la verdad» no tienen un poder mágico ni infalible; el autor recuerda a un soldado que, durante la última guerra, fue capaz de mantener por más de dos años que no sabía ni su nombre, ni su unidad, ni su lugar de nacimiento, ni ningún otro dato sobre su vida anterior, a pesar de que se trató de extraérselo por todos los medios terapéuticos permisibles.

El detector de mentiras es otro método que a veces se emplea en los Estados Unidos para diligencias policiales. Está basado, en primer lugar, en el test de asociación de palabras, creado por Jung para descubrir la naturaleza de los complejos inconscientes, y en segundo lugar, en el viejo principio de que al decir una mentira lo normal es que se sienta ansiedad, ansiedad que puede ser detectada a través de los cambios físicos que se producen en el organismo. La policía de los países del Este emplea, al parecer, el siguiente sistema basado en la premisa anterior: reunidos un cierto número de sospechosos, se les pide que mastiquen y traguen un puñado de arroz seco; se descubre al culpable porque éste, con la boca seca por el miedo, es incapaz de cumplir la orden. En el test de asociación de palabras de Jung, ocasionalmente empleado en psiquiatría, se le lee al sujeto lentamente una lista de cien palabras y se le pide que conteste a cada una de ellas con la primera palabra que se le ocurra, anotando el psiquíatra el tiempo de reacción (es decir, el tiempo que tarda en responder) y la palabra que se da como respuesta. La mayoría de las palabras son neutras, pero entre ellas van intercaladas una serie de palabras clave relacionadas con situaciones en las que es frecuente que surjan conflictos; un retraso en la respuesta o una asociación poco corriente proporcionan un indicio de los complejos del paciente. El detector de mentiras utiliza una lista similar que intercala palabras cuyo significado sólo puede tener un sentido para aquellos que están familiarizados con las circunstancias del delito. Mientras tanto, en vez de depender de datos como el tiempo de respuesta o lo insólito de la misma, el indagador observa una batería de instrumentos conectados al sujeto capaces de registrar las variaciones del pulso, la presión sanguínea, la transpiración cutánea, etcétera, todo lo cual le permite saber si hay algo que indique ansiedad en el sospechoso. El ladrón, ante el nombre de un artículo que solo él podía saber que se encontraba entre los bienes robados, puede delatarse por la ansiedad oculta que los instrumentos revelan. Este método apenas se usa actualmente en psiquiatría, pero no cabe duda de que tiene cierta aplicación en criminología, aunque nadie puede ser condenado a base sólo de la prueba del detector de mentiras; y si el sospechoso se aferra a la historia que llevaba

preparada de antemano, corre tan poco peligro como en el caso anterior.

El tema de la hipnosis o hipnotismo es muy amplio y ha suscitado diferencias notables de opinión entre los entendidos en lo que se refiere a su utilización terapéutica. En un tratamiento la hipnosis se puede utilizar de dos formas totalmente distintas: puede emplearse como vehículo para sugestiones positivas, como cuando se le sugiere al paciente hipnotizado que está mejor, que sus síntomas van a desaparecer, etcétera, o puede emplearse únicamente como un atajo en el análisis, como ya hemos descrito en el caso de las drogas. Los que se oponen al primer método aducen que, salvo en los casos más benignos, el resultado de la sugestión es efímero, porque la raíz de los síntomas permanece inalterada, lo que quiere decir que éstos se volverán a presentar inevitablemente al poco tiempo en su forma habitual o posiblemente sean subtituidos por síntomas nuevos. Por consiguiente, aunque este método lo utilizan los médicos que practican la hipnosis paralelamente a su trabajo, no tiene una acogida favorable entre los especialistas en psiquiatría, que se suelen inclinar a favor del segundo método de hipo-análisis, donde se emplea la hipnosis como simple ayuda para el análisis de las causas fundamentales de una neurosis, interrogando al paciente mientras está en trance. Con todo, la hipnosis no es totalmente satisfactoria, pues sólo una minoría de los pacientes pueden llegar a ser hipnotizados profundamente; más seguro es el empleo del pentotal o de alguna otra droga.

La gran ventaja del método, desde el punto de vista de los que lo emplean, es que los resultados, cuando se dan, suelen ser muy espectaculares. La época de la guerra fue muy notable en este aspecto, pues los propios síntomas se manifestaban frecuentemente de una forma dramática; manifestaciones histéricas que en la actualidad es difícil encontrar en la práctica cotidiana; parálisis histéricas que inmovilizaban completamente al paciente, afonías histéricas que le impedían articular palabra y algunas veces incluso cegueras histéricas. Era relativamente fácil hipnotizar a tales pacientes (los soldados, acostumbrados a la autoridad, son quizá más propensos a la sugestión que la persona media) y el síntoma desaparecía a menudo en cuestión de segundos. Hay que resaltar, sin embargo, que aunque los síntomas que surgen de un conflicto entre los impulsos sociales del deber para con los compañeros y el deseo inconsciente de huir del ambiente bélico pueden ser eliminados, muy pocos de los que conseguían curarse eran luego capaces de volver al frente. La naturaleza de vida o muerte del conflicto básico no había sido alterada.

Las personas crédulas, o aquellas que gustan de lo misterioso y sensacional, se muestran por lo común recelosas del mal uso que se puede hacer de la hipnosis, por lo que es necesario que estudiemos algunos de los problemas que suscita la cuestión. Para empezar, hay que admitir que se sabe bien poco acerca de la verdadera naturaleza de la hipnosis; ciertamente no tiene nada que ver con las emanaciones de «magnetismo animal» que pasan del operador al sujeto, ni está relacionada en forma alguna —como se llegó a creer— con el sueño normal. Lo único que se sabe con certeza es que se trata de un estado inducido de extraña sugestionabilidad. Hay mucha gente capaz de ser sugestionada hasta un cierto grado, pero sólo hay una minoría que pueda sugestionarse hasta el punto de manifestar fenómenos de trance profundo; tampoco existe ninguna conexión entre la susceptibilidad de una persona y la neurosis o una «voluntad débil»; más bien parecería que las personas más fácilmente hipnotizables son individuos normales e inteligentes. Se puede hipnotizar a grupos de gente, y las experiencias en la BBC han demostrado que el sistema puede dar resultados a través de la televisión. Por lo general, no se puede hipnotizar a la gente en contra de su voluntad o sin su conocimiento; pero hay que puntualizar que aquellos que están convencidos de que no podrán resistirse pueden ser hipnotizados a menudo a su pesar.

Los fenómenos que se pueden producir en un estado de trance profundo son extraordinarios para cualquiera que no esté familiarizado con ellos: se puede inducir una anestesia total, hasta el punto de poderse efectuar una operación quirúrgica sin que el paciente sienta nada; la persona hipnotizada puede llegar a no «ver» a gente que hay en la habitación y a «ver» a personas que no están presentes; se puede hacer que el sujeto regrese a épocas anteriores de su vida y se comporte de la misma manera que cuando tenía esa edad; la sugestión de que la punta de una pluma es un hierro candente puede hacer que se produzcan ampollas en la piel; se pueden recordar cosas que no se recordarían en un estado normal; etcétera. Lo más importante tal vez sea el fenómeno de sugestión posthipnótica, por el cual el sujeto paciente se sentirá impulsado, sin saber por qué, a cometer un acto que le fue sugerido estando bajo hipnosis; la sugerencia ha sido completamente olvidada, pero la acción se realiza en un momento concreto tal y como se ha ordenado, dándose extrañas razones para ello. Así, si se ha ordenado que abra una ventana en un momento determinado (que puede ser después de varios días o más tarde), el sujeto lo hará tal y como se le ordenó cuando estaba en trance, pero como no recuerda lo que sucedió, si se le pregunta el motivo de su

acción dirá, por ejemplo, que el ambiente de la habitación está recargada, aunque en realidad la habitación esté bien ventilada.

¿Pueden ponerse tales fenómenos al servicio de una causa injusta? Parece que, en general, hay pocos motivos para pensar que puedan emplearse o que los hayan empleado los manipuladores políticos para sonsacar confesiones falsas o que hayan servido para obtener testimonios falsos en juicios amañados, porque, como ya hemos indicado, los resultados de la hipnosis son muy imprevisibles y es harto difícil hipnotizar a una persona que no coopere voluntariamente. Ese es el motivo de que sus usos sean tan limitados en la medicina. La mayoría de los experimentos parecen demostrar que, incluso a los niveles más profundos de hipnosis, es poco probable que el protagonista cometa ningún acto que sea contrario a su código oral, aunque se trata naturalmente de una conjetura, puesto que no siempre estamos en condiciones de decir, sin más, cuáles son las normas de ese código. Lo único que se puede afirmar con certeza es que cuando se han sugerido actos inmorales mediante hipnosis, el sujeto sólo los ha llevado a cabo en muy raras ocasiones y en circunstancias en las que podía haber sabido que se trataba de una simulación. Un caso frecuentemente citado es el de una muchacha hipnotizada que llevó a cabo todas las sugestiones que se le hicieron en el transcurso de una demostración clínica, hasta que súbitamente salió del trance y le dio una bofetada a un estudiante que le había sugerido que se desnudara delante del grupo. En definitiva, no se puede excluir la posibilidad de que se cometan actos socialmente reprobables bajo un estado hipnótico, pero la hipnosis es por naturaleza un fenómeno demasiado extraordinario e imprevisible como para que puedan confiar en él los que abrigan intenciones malévolas.

Cuando hablamos de multitudes que son «hipnotizadas» por un orador persuasivo no hay que entender que sean hipnotizadas en un sentido clínico, pero, por otro lado, es cierto que están siendo arrastradas a un estado de mayor sugestionabilidad, que es una de las facetas del estado hipnótico. Es más, los métodos empleados por un determinado tipo de oradores son muy parecidos a los que emplea el hipnotizador y, como ha señalado Kimball Young: «La sugestión directa, acompañada de ritmo, monotonía, un buen montaje teatral y alusiones a las actitudes e ideas más profundas, aunque inconscientes, puede muy bien inducir estados emocionales que no son ajenos al estado hipnótico.» Los cambios más obvios que se operan en un individuo impresionable cuando se convierte en miembro de una multitud son: mayor emotividad, mayor sugestionabilidad, menor capacidad autocrítica y viveza

intelectual, disminución del sentido de la responsabilidad o pérdida de los controles sociales habituales y un sentimiento de poder y de anonimato. Esos cambios tienen lugar y son provocados por los mismos estímulos, sin que importe cuál sea el propósito básico de la multitud, y son comunes tanto a los agitadores políticos y a su público como al predicador que se dirige a los pecadores, es decir, tanto a John Wesley como a Hitler. Y no es sólo el predicador grandilocuente quien lo emplea; ¿cuál es, si no, la función de la penumbra, de los cánticos monótonos, del incienso, de las respuestas rítmicas, de las imágenes religiosas y de las vidrieras en las religiones más ortodoxas? ¿No se trata acaso de incrementar la sugestionabilidad de la feligresía? Estos fenómenos y sus causas serán estudiados con más detalle en el próximo capítulo; bástenos ahora con señalar su existencia.

Los grupos pequeños producen sobre sus miembros ciertos efectos que, siendo en algunos aspectos similares a los que se pueden observar en grandes multitudes, son en otros sorprendentemente diferentes. Tales efectos tienen un uso terapéutico en lo que se conoce como psicoterapia de grupo o análisis de grupo. No es fácil describir en pocas palabras los procesos que actúan en la psicoterapia de grupo, en parte porque se emplean diversos métodos: desde el grupo de tipo «freudiano» cuyos miembros no reciben instrucciones concretas y sólo se les sugiere que digan lo primero que se les ocurra, hasta el grupo cuyo planteamiento apenas se diferencia del de un grupo de instrucción. Y en parte, también porque los entendidos difieren en punto a cuáles son en realidad los procesos que tienen lugar en una psicoterapia de grupo. Basta decir, para los fines que perseguimos, que los neuróticos o los psicópatas que reciben un tratamiento por este método son gente que está fundamentalmente en rebelión contra la sociedad, el neurótico por razón de sus impulsos antisociales inconscientes y el psicópata por razón de impulsos un tanto conscientes que, sin embargo, no acaba de comprender plenamente. La forma más sencilla de psicoterapia de grupo consiste en una discusión abierta entre los participantes sobre sus problemas personales (esto es, sobre aquellos asuntos que, por razon de la culpa que arrastran consigo, los separan de la sociedad) y sobre otras muchas cosas, como la opinión de cada cual sobre los otros miembros. Como la deficiencia fundamental que subyace a estos estados anómalos es un defecto en las relaciones interpersonales adquirido en la infancia, es obvio que la validez de este tipo de discusiones reside en dos aspectos en particular. De un lado, el participante puede expresar su sentimiento de culpabilidad en una atmósfera permisiva y obtener de hecho el perdón del grupo, que actúa

como representante de la sociedad; de otro, tiene la oportunidad de observar como en un espejo los defectos característicos en sus actitudes hacia los demás, lo cual no sería tan factible en el caso de un solo interlocutor. Las actitudes de grupo son mucho más fuertes que las individuales, porque al aceptar el hecho de ser miembro de un grupo y al integrarse en él, la persona llega a admitir sus normas, que es al fin y al cabo lo que significa formar parte de un grupo.

En la psicoterapia de grupo, el individuo confiesa sus «pecados» y es «perdonado», se integra emocionalmente en un cuerpo social, aceptando así las normas que el grupo va creando, y descubre a través de su interacción con los demás una revelación de sí mismo. Estos métodos terapéuticos son de utilidad para aquellos que, hasta entonces, se sentían marginados de la sociedad. Pero también se emplean en otros campos. Por ejemplo, en la industria se ha descubierto que los planes de primas e incentivos económicos individuales suelen tener efectos más negativos que positivos, mientras que los incentivos de grupo que otorgan primas al trabajo de todo un equipo suelen ser eficaces, y más aún cuando se autoriza a los grupos de trabajadores a discutir los planes y establecer sus propias metas de producción. La razón reside en el hecho de que cada obrero «compromete su ego» en alcanzar una meta establecida por el grupo del que es miembro —es *su* decisión y la decisión del grupo con el que se identifica, y no la de *ellos*, que en este caso es la dirección—. No obstante, la identificación con un grupo produce como resultado inevitable un cierto igualamiento de las características individuales en aras de una aproximación a las características aprobadas por el grupo, lo que evidentemente es un resultado deseable desde el punto de vista de los sistemas sociales totalitarios, especialmente si va unido a la práctica de la confesión en grupo de errores «políticos» o deslices morales.

Tales grupos son una característica del comunismo, por un lado, y de ciertos movimientos religiosos, como el *Moral Rearmament*, por el otro. Uno de los deberes de los miembros del Partido Comunista, según indican los estatutos revisados del Partido, aprobados por el Decimonoveno Congreso celebrado en la Unión Soviética en 1952, es «promover la autocrítica y la crítica desde la base, exponer y eliminar las deficiencias en el trabajo, luchar contra la ostentación y no dejarse llevar por el entusiasmo producido por el éxito en el trabajo». La crítica, en este contexto, significa la obligación de cada militante de poner en conocimiento de las autoridades cualquier cosa que pueda suponer un intento deliberado de atentar contra el régimen, lo que implica desde denunciar

a las personas hasta criticar el modo de funcionamiento de una granja colectiva. Hay que recordar, sin embargo, que tales críticas y denuncias han de observar los límites de la doctrina admitida y que sólo se puede criticar una medida hasta el momento en que la autoridad superior se pronuncia al respecto de forma tajante, después de lo cual las críticas ya no son permitidas. Y así, a pesar de que, en teoría, el miembro del partido debe prodigar sus críticas, los comentarios inoportunos pueden ser condenados por implicar un ataque contra el orden establecido. Una viñeta publicada en *Krokodil* ilustra cómo se enjuiciaba esta situación antes del Vigésimo Congreso. En ella aparecía un gato enorme dirigiéndose a un ratón aterrorizado, en estos términos: «Bien, ya has expuesto tu queja. Y ahora ¿cuál es tu defensa?» La autocrítica, por otra parte, significa la confesión pública de las faltas cometidas a todos los niveles de la organización del partido, y aunque su fin más ostensible es la eficiencia, no cabe duda de que es un instrumento del Partido para ejercer una constante vigilancia sobre los motivos y la conducta de todos y cada uno de los que ocupan un puesto de responsabilidad. Además, es símbolo de la total obediencia de cada individuo a la voluntad colectiva del partido, de forma que el buen comunista tiene que estar dispuesto a confesar aun cuando su único pecado haya sido seguir las directrices —ahora repudiadas— que le marcaron los miembros que ahora le critican. Por eso, la repudiación pública que hacen los dirigentes de su línea política o la que hacen los artistas, compositores, escritores y científicos de su obra suele adoptar la forma de una autocrítica, aunque también es una polinodia impuesta por la autoridad superior.

No hay por qué creer en la existencia de una psicología rusa peculiar, ni en el uso de drogas misteriosas o de siniestras presiones psicológicas para explicar el fenómeno del sometimiento de la gente a un principio comunista generalmente aceptado. Este principio, por supuesto, puede no ser aplicable a las purgas que hizo Stalin de los viejos dirigentes bolcheviques, muchos de los cuales confesaron hechos que era imposible que hubiesen cometido, y Jrushev ya ha declarado que aquellos hombres fueron torturados (aunque no hay que olvidar que Jrushev no es un testigo muy objetivo, pues, lo que pretendía era desacreditar al antiguo jefe de la policía secreta, Beria). De hecho, hay muy pocas pruebas de que las autoridades soviéticas hayan hecho uso de los bárbaros métodos de tortura física empleados por los paracaidistas franceses en Argelia o por los nazis en sus campos de concentración y, que yo sepa, ninguno de los que han estado presos en Rusia ha afirmado jamás que lo hayan hecho. Los métodos utilizados

eran mucho más sutiles y, en opinión de algunos, igualmente crueles, pero no consistían en torturas físicas directas. Ni el anticomunista más acérrimo se atrevería a afirmar que todos los genetistas soviéticos que dieron la espalda al «mendelismo-morganismo-weismannismo» y adoptaron la doctrina de Lysenko lo hicieron por convicción intelectual o por haber sido sometidos a torturas, cuando lo único que hicieron fue cumplir con su obligación como buenos miembros del partido y aceptar la decisión de la mayoría. Hoffer es de la opinión que incluso las confesiones falsas de la vieja guardia bolchevique tienen la siguiente explicación:

> En sus purgas... Stalin consiguió que hombres altivos y valientes se convirtieran en cobardes rastreros al privarles de cualquier posibilidad de identificación con el partido al que habían servido durante toda su vida y con las masas rusas. Estos viejos bolcheviques se habían separado ya hace mucho del resto de la humanidad fuera de Rusia. Sentían un desprecio infinito por la historia y el futuro de la humanidad capitalista. Habían renunciado a Dios. Para ellos no había ni pasado ni futuro, ni recuerdo, ni gloria fuera de los confines de la total e irrevocable Sagrada Rusia y del Partido Comunista —y ambos estaban ahora de una forma total e irrevocable en manos de Stalin—. Se sentían, en palabras de Bujarín, «aislados de todo lo que constituye la esencia de la vida». Por eso confesaban. Al humillarse delante de la congregación de fieles rompían su aislamiento. Renovaban su comunión con el todo eterno denigrándose a sí mismos, acusándose de crímenes monstruosos y espectaculares y hundiendo su propia imagen en público.

Una vez que se acepta el principio de que el partido siempre tiene razón y de que hay que confesar las desviaciones de la línea trazada por el partido, sólo hay que dar un paso muy corto para falsear la evidencia de un crimen del que, *por definición del partido*, se es culpable. En el Partido Comunista no se producen choques por causa de simples diferencias personales; todos los conflictos se llevan al nivel del enfrentamiento ideológico, que se resuelve siempre a favor de una de las partes, porque una tiene que tener razón y la otra tiene que estar equivocada. De ahí que la más leve divergencia de opinión respecto a la versión oficial en lo referente, por ejemplo, a la actitud correcta hacia las revoluciones exteriores a la Unión Soviética pueda ser definida como «trotskismo», que es un crimen grave; y una vez admitido éste, los detalles pierden toda importancia frente al problema capital. El hereje, por muy inocentes que considerase sus ideas, tiene que admitir haber pecado de trotskismo si las autoridades del partido mantienen que sus errores caen dentro de esa categoría; y él estará de acuerdo y admitirá que tienen razón. Una vez

admitido el crimen y el haber perjudicado al partido ¿por qué no salir del mal paso haciendo la correspondiente confesión? No queremos decir que todas las confesiones se hayan producido de manera tan simple, sino que ese ha podido ser el caso de muchos comunistas sinceros. Los otros métodos de cuyo empleo, especialmente con los no comunistas, se tiene noticia, se verán en otro capítulo.

En los últimos años se ha operado una revolución psiquiátrica en el empleo de métodos físicos para el tratamiento de los enfermos mentales, con el resultado de que muchos casos que antes eran graves pueden ser tratados ahora en los hospitales en un período de tiempo relativamente breve o incluso como pacientes de ambulatorio en la clínica psiquiátrica de un hospital general. Es cierto que en un futuro muy cercano tendrán que cerrar muchos hospitales para enfermos mentales, al igual que se han cerrado los sanatorios antituberculosos desde el descubrimiento de la estreptomicina, del P.A.S. y de otras drogas. La revolución en la psiquiatría data del descubrimiento por el vienés Manfred Sakel en 1933 del efecto del choque de insulina (esto es, dosis crecientes de insulina hasta producir el coma) en los esquizofrénicos, que, según Sargant, es útil en dos de cada tres casos de esquizofrenia precoz. Más tarde, el húngaro von Medúna, que en la actualidad trabaja en los Estados Unidos, descubrió que la provocación de convulsiones epileptiformes mediante la inyección de una droga extraída del alcanfor podía curar ciertos tipos de trastornos, descubrimiento que pronto fue desplazado por el del italiano Cerletti, que provocaba las convulsiones con descargas eléctricas. Hoy en día este tratamiento se emplea más que nada en las depresiones graves, y el paciente, bajo la influencia de un anestésico y de la droga paralizante curare, no sufre de hecho ninguna convulsión. Pero el T.E.C. (tratamiento con electrochoque) es casi específico para este tipo de enfermedad y produce resultados notables al cabo de dos o tres semanas. En los casos de enfermedad mental para los que no existe otro tratamiento se puede practicar la operación de leucotomía, procedimiento concebido por el portugués Egaz Moniz que consiste en seccionar las fibras nerviosas del cerebro que conectan la base de los centros emocionales del tálamo con la superficie de corteza cerebral, donde se supone que reside el contenido ideacional de la enfermedad del paciente. Las fantasías o alucinaciones quedan así aisladas de su impulso emocional y pierden su importancia para el paciente. Pero si bien la operación consigue a menudo que el estado del paciente mejore notablemente, de forma que un caso incurable por otro procedimiento puede volver a su casa e incluso trabajar, no es menos cierto que se

producen sutiles cambios en su personalidad. El cambio fundamental es un deterioro de la capacidad de juicio moral, de manera que la conciencia del paciente, su discernimiento del bien y del mal, tiende a adquirir un carácter convencional, perdiendo toda importancia para la persona. Las creencias religiosas que antes eran fervientes pierden significancia y la conveniencia tiene prioridad sobre la sinceridad. Como dice Stafford-Clark:

> Uno de los efectos puede ser una mayor complacencia y autosatisfacción acompañadas por una pérdida de interés por los demás o ignorancia de sus sentimientos. No son raros los comportamientos carentes de tacto y las conductas desconsideradas, lo cual es por lo general más bien resultado de una actitud de concentración en sí mismo que de una postura deliberadamente ofensiva. Junto con el alivio de un sentido autocrítico muy acusado o de la desesperación se puede producir una pérdida correspondiente de imaginación, de sensibilidad y de intuición, con lo que se resiente su capacidad de discernimiento; y aunque la capacidad intelectual cotidiana no se ve afectada, puede que no se alcancen nunca los niveles más altos y plenos de la vida mental.

La leucotomía se practica ahora con menor frecuencia desde el descubrimiento de métodos farmacológicos aún más eficaces: las drogas tranquilizantes, antidepresivas, estimulantes y alucinógenas. Los síntomas de ansiedad, que siempre son desagradables y que en ocasiones producen incapacidad casi total, se trataban antes con drogas como los bromuros y barbitúricos, que disminuyen el nivel de actividad del cerebro y producen un cierto estado de somnolencia en el paciente; en la actualidad, los tranquilizantes actúan directamente sobre la ansiedad y la agresividad, con escasos efectos sedativos generales. Según un informe, la clorpromacina *(Lagactil)* puede transformar en pocos días a muchos pacientes «de personas irascibles, combativas e insociables en personas dispuestas a cooperar, alegres, sociables y relativamente tranquilas que se avienen a medidas psicoterapéuticas y de rehabilitación». Las drogas antidepresivas como el isocarboxácido *(Marplan)* y la imprimamina o cloroprotixeno *(Taractan)* producen resultados apreciables en 60-75 por 100 de los casos que padecen determinados tipos de depresiones graves, mientras que los estimulantes como la anfetamina *(Benzedrene)* alivian las depresiones leves e incrementan la energía mental, eliminando toda sensación de fatiga.

Entre las más interesantes de las nuevas drogas está la dietilamida del ácido lisérgico, conocida abreviadamente con el nombre de LSD y descubierta por Albert Hofmann en los laboratorios Sandoz de Basilea. El LSD está relacionado con el cornezuelo, hongo

que a veces se encuentra en el centeno atizonado y que muchos entendidos creen que fue el responsable, bajo la forma de pan de centeno infectado, de la irrupción de la Manía del Baile que se produjo por primera vez en Aix-la-Chapelle en 1374, inmediatamente después de la Peste Negra. El efecto de esta droga es una psicosis artificial con fantasías y alucinaciones que a menudo son de una naturaleza especialmente intensa. En algunos casos, los efectos son placenteros, llegando casi a un estado místico (como describe Jane Dumlap en su libro *Exploring the Inner Space)*, pero en otros casos son terroríficos y en extremo desagradables. En la actualidad, el LSD se emplea para investigar la naturaleza de la enfermedad mental y como una ayuda para el analista, a quien le puede proporcionar datos sobre los conflictos mentales reprimidos; curiosamente, la propia droga puede tener efectos curativos por vía desconocida, de forma que los que salen del estado de alucinación descubren de repente que se han «encontrado» a sí mismos.

Otras drogas alucinógenas son: la que se extrae de un hongo mejicano, *psilocybe mexicana*, ingerido desde antiguo por las tribus indias como parte de sus rituales religiosas y ahora sintetizada bajo la forma de Psilocibina; y la mescalina, que se extrae del cactus *peyote*, que también empleaban con fines similares los indios. La mescalina despersonaliza, hace que las cosas menores parezcan importantes (como describe Aldous Huxley en *Las puertas de la percepción)*, y tiene el raro efecto de traducir los ruidos a estímulos visuales, de manera que una llamada a la puerta se puede convertir en unos puntos de color que flotan en el aire. Hay que señalar, como en el caso de las «drogas de la verdad», que estos nuevos descubrimientos, útiles como son en psiquiatría, sólo pueden desempeñar un papel muy pequeño o nulo en los planes de grupos o individuos malévolos que intenten manipular las mentes normales. Lo cierto es que, por el momento, no existen drogas para tales fines y que es muy improbable que las drogas hayan tenido parte a la hora de falsear juicios, arrancar confesiones, hacer lavados de cerebro o adoctrinamientos políticos.

Ya hablamos antes de los útiles aunque leves cambios que se operan en el yo cuando se introducen modificaciones adecuadas en su entorno. Pero la posibilidad —surgida recientemente— de alterar el entorno de forma mucho más drástica, especialmente en el «estado de ingravidez» que acompaña a los viajes espaciales, y la observación de las extraordinarias alteraciones que pueden producir tales experiencias en la personalidad humana ha llevado a los psicólogos a plantearse una vez más el viejo dilema: ¿qué es el yo y cuáles son sus límites? Esta pregunta puede parecer

de primeras un tanto absurda, porque aparentemente no hay nada más obvio que el hecho de que somos personalidades reales perfectamente distinguibles de nuestro entorno ambiental; y, sin embargo, ese estado no ha existido siempre en el curso de nuestra evolución, y hace tiempo que se sabe que en el estado místico o bajo la influencia de ciertas drogas los límites del yo rebasan su estrecho marco habitual, produciéndose la sensación de ser «uno» con el universo. El niño muy pequeño aún no ha desarrollado la conciencia de un yo reducido a los límites de su propia piel, y si se le pide un pie lo levantará con las manos y se lo presentará a su padre o madre, al igual que haría de pedírsele un zapato. El concepto de un yo real y perdurable no es innato, sino que surge en el curso del desarrollo y en el proceso de relacionarnos con nuestro entorno social y material. Se origina básicamente en la apreciación reflejada de las otras personas, de modo que aprendemos sobre nosotros mismos por la forma en que los demás reaccionan; una fuente adicional es la conciencia constante de aquellos estímulos que proceden del entorno material y por los que nos orientamos; y hasta los trajes que llevamos puestos pueden ayudar a formar el sentido de la individualidad. Como dice el psicólogo americano Gardner Murphy, la conciencia del yo surge:

> ...a través de la observación de las superficies del cuerpo, las contracciones musculares, el sonido de la voz... Por la constante comparación de estas peculiaridades con otras que son observadas en los demás, se va urdiendo un yo empírico al que se da una estructura permanente. [Este yo] supone una relativa continuidad desde la cuna a la tumba, recibe un nombre, una posición social y un sentido de la responsabilidad, y en torno suyo se van acumulando con el tiempo los fines, los valores y las normas e ideales que le confieren a la vida un sentido de continuidad.

Dependemos tanto de este continuo cotejo con el entorno material y social que la desaparición artificial o accidental de esos estímulos puede producir, incluso a breve plazo, resultados devastadores. Por ejemplo, un psiquíatra que se ofreció voluntario para encerrarse en una habitación totalmente aislada de ruidos estaba tan afectado a los pocos minutos que tuvo que salir de ella, declarando luego que se había visto enfrente de algo de sí mismo que no había conocido hasta entonces. El trabajo experimental ha demostrado que el aislamiento total y el absoluto silencio provoca alucinaciones visuales y auditivas; D.C. Hebb informa de que:

> ...el simple hecho de sacar de su ambiente habitual durante unos cuantos días a un estudiante universitario en buen estado de salud, privándole de

ver lo que normalmente veía, de oír los sonidos a los cuales estaba acostumbrado y de tener los contactos físicos habituales puede sacudirlo hasta la raíz, trastornando su identidad personal de modo que llegue a tener conciencia de dos cuerpos (uno de ellos alucinado), sin que sea capaz de decir cuál es el suyo ni percibir su propio yo más que de una forma vaga y mal definida; hay algo que se separa de su cuerpo, que lo mira tumbado en la cama y que puede trastornar su capacidad de juicio crítico, haciendo que se muestre propenso a escuchar y a creer cualquier tipo de absurdo sin sentido.

Los efectos de la ingravidez en relación con los viajes espaciales son bien conocidos en sus aspectos físicos: como tanto el tripulante como el aire que le rodea carecen de peso, hay que hacer un esfuerzo deliberado para respirar y exhalar el aire a la fuerza, y todos los objetos que no estén amarrados flotarán libremente en el espacio; el más leve movimiento y hasta un estornudo proyectarán violentamente al astronauta contra la pared de la cabina, y tendrá que beber de una botella de plástico blando para evitar que el líquido le entre por la nariz o se quede flotando por la cápsula. Muchos psicólogos dudan que un hombre sea capaz de resistir en ese estado, sin volverse loco, durante el período de tiempo necesario para llegar a los planetas más lejanos. En un plano mucho más trivial, hasta un cambio de vestimenta produce cierto efecto en la personalidad: las mujeres saben muy bien que un vestido nuevo les hace sentirse más animadas, y, a la inversa, las prisiones y las diversas órdenes religiosas conocen, aunque sea de un modo inconsciente, los efectos humillantes que tiene para el individuo el que se le despoje de sus atuendos mundanos y se le vista con un uniforme.

Estas observaciones sobre la influencia que ejercen los cambios ambientales en el yo tienen, como veremos en seguida gran importancia práctica en el campo del «lavado de cerebro» y en el adoctrinamiento político. Hay indicios de que existen medios con los que es posible conseguir la destrucción del yo original.

En los países comunistas, la teoría freudiana se considera «reaccionaria», y su práctica psiquiátrica se basa en las teorías de I.P. Pavlov, el gran psicólogo ruso, contemporáneo de Freud, que murió en 1936. Como se han ocupado de demostrar muchos autores, las experiencias de Pavlov con perros han arrojado abundante luz, no sólo sobre los problemas de las enfermedades mentales, sino también sobre las reacciones ante la tensión de una guerra y sobre los resultados, supuestamente extraordinarios, conseguidos por el lavado del cerebro y «la reforma del pensamiento».

Por otra parte, no existe la menor evidencia de que los rusos o los chinos hayan hecho un uso deliberado de la teoría de Pavlov en este sentido, ni de que los que han efectuado esas prácticas posean un conocimiento especial relativo a esta o a cualquier otra rama de la psicología. Muchas publicaciones autorizadas han dejado en claro que «la reforma del pensamiento» no es ni misteriosa ni nueva, que no contiene elemento alguno que no tenga amplios precedentes en la historia, del país en cuestión. Tampoco se puede decir, aunque algunos mantengan la opinión contraria, que la teoría pavloviana contradiga en algún punto importante las opiniones de Freud; lo que sí hace es proporcionar pruebas adicionales a nivel psicológico de los mecanismos psicopatológicos. Conceptos tales como condicionamiento, fijación, inhibición, represión, regresión a conductas más primitivas como respuesta a situaciones de tensión, y el conflicto como origen de la neurosis son comunes a ambas teorías.

Por lo que respecta a la práctica, no hay razón para suponer que el tratamiento psiquiátrico en los países comunistas sea en modo alguno superior a los métodos más eclécticos empleados en Occidente, y, de hecho, todos los métodos aquí descritos, desde las nuevas drogas psicotrópicas al T.E.C. y la leucotomía, han sido desarrollados en países no comunistas. Una lectura de la literatura psiquiátrica rusa contemporánea revela un deprimente planteamiento doctrinario y una preocupación por teorías que han sido descartadas hace tiempo en otras partes: tal la suposición de que la esquizofrenia es producto de una autointoxicación, teoría cuya falsedad se demostró en Gran Bretaña y en los Estados Unidos hace más de treinta años tras concienzudas comprobaciones. Lo cual no es un intento de desacreditar a la Unión Soviética, sino una simple demostración de lo improbable que es que los psiquíatras soviéticos hayan tenido acceso a información de la que no se disponga en Occidente.

Como es sabido, Pavlov fue crítico acérrimo del régimen soviético, pero su fama y el prestigio que significaba para el país sus descubrimientos se reflejaban en la protección de la que disfrutó para seguir adelante con sus experimentos en Leningrado con la colaboración activa del gobierno soviético. Su principal descubrimiento, realizado en 1901 y de inmensa importancia para la psicología, fue el reflejo condicionado, demostrado de la siguiente forma: si cada vez que se le da de comer a un perro se hace sonar una campana, el perro queda «condicionado» por la campana, de forma que basta con que ésta suene para que el perro comience a segragar saliva aunque no se le ofrezca comida. No sólo los estímulos auditivos, también la luz, el olor o el tacto pueden

condicionar a un perro de modo que éste comience la salivación al percibir el estímulo al que ha sido acostumbrado. El reflejo condicionado se produce cuando el estímulo es anterior o simultáneo al estímulo no condicionado (comida). Si la campana suena habitualmente dos minutos antes de que se le dé de comer, el perro inhibe la salivación hasta dos minutos después de haber escuchado la campana. Además, el reflejo condicionado se puede hacer desaparecer con la misma facilidad con que se crea: hasta con hacer sonar ininterrumpidamente la campana sin darle de comer al perro; éste pronto inhibe la salivación. Después de extinguirlo, el reflejo condicionado puede volver de dos formas: por recuperación espontánea, tras un lapso de tiempo, o por refuerzo, es decir, volviendo a ponerle comida cada vez que suene la campana. El grado de respuesta puede determinarse con precisión en cada experimento, sacando uno de los conductos salivares hasta la superficie del carrillo y contando las gotas de saliva.

El siguiente paso de Pavlov consistió en investigar el efecto de la tensión emocional sobre estos esquemas cerebrales establecidos; pero pronto descubrió que no todos los perros respondían de igual forma ante situaciones generadoras de tensión emocional y que parecía haber cuatro temperamentos heredados básicos en los animales, correspondientes a los que Hipócrates enunció por primera vez en la Grecia antigua (y que ya hemos mencionado en otro lugar). El primero era el tipo «fuertemente excitable», que corresponde al carácter «colérico» de Hipócrates; el segundo, o tipo «vivo», corresponde al carácter «sanguíneo» de Hipócrates. Ambos tipos tienden a reaccionar ante una situación de tensión poniéndose cada vez más excitados y agresivos, aunque el primer tipo puede llegar a descontrolarse por completo, mientras que el segundo responde de un modo más intencionado y controlado. Los otros dos tipos, al ser confrontados con situaciones de tensión, suelen reaccionar de un modo pasivo e inhibitorio en vez de hacerlo violentamente. El tipo «calmoso, imperturbable», o tipo «flemático» de Hipócrates, hacía honor a su nombre, mientras que el tipo «inhibitorio débil», o tipo «melancólico» de Hipócrates, llegaba a ser reducido por una tensión grave a un estado de inhibición cerebral y «parálisis de miedo». Sin embargo, los cuatro tipos terminaban en un estado de inhibición cuando la tensión era mayor de lo que podían soportar, inhibición que Pavlov consideraba como un mecanismo protector del cerebro cuando éste se ve sometido a pruebas que no puede resistir. El perro «inhibitorio débil» se derrumbaba antes que los demás y en respuesta a tensiones más leves. Por eso, el modelo final del comportamiento de los perros y también del hombre, como sabemos ahora, depende

tanto del temperamento heredado como del grado de tensión emocional al que se les someta.

Pavlov comenzó a investigar el efecto de la tensión emocional sobre los esquemas de conducta condicionada, al estimular «transmarginalmente» el sistema nervioso del perro mediante tensiones que desbordan su capacidad de adaptación. Hay que distinguir aquí cuatro tipos principales.

En el primero, un perro que había sido condicionado para salivar cada vez que recibía una ligera descarga eléctrica en una pierna (como señal de que llegaba la comida) era sometido a un incremento gradual de la potencia de la corriente. Cuando las descargas superaban su resistencia física, el perro sufría un colapso.

En segundo lugar, se podía provocar el colapso condicionado al perro a esperar la comida después de cierto tiempo de aplicado el estímulo y luego ir dilatando cada vez más ese período de espera. Pavlov descubrió que el sistema nervioso del perro se venía abajo cuando se le sometía a largos períodos de inhibición prolongada como resultado de una espera tensa. Por supuesto, unos se abatían antes que otros.

El tercer método para inducir el colapso consistía en alternar los estímulos positivos y negativos provocando un estado de confusión. Si se condicionaba a un perro a que respondiera a un cierto estímulo salivando (porque estaba asociado con comida) y a que no respondiera a otro (que no anunciaba comida), al proporcionarle los dos estímulos uno detrás de otro se producía el colapso. Se podían obtener los mismos resultados si se le daba de comer cuando se exhibía un círculo blanco pero no cuando se le mostraba una elipse; si la elipse se iba transformando poco a poco hasta llegar casi a ser un círculo, el colapso se producía cuando el perro ya no distinguía entre las dos figuras.

Por último, se conseguía el colapso sometiendo a un perro a largos períodos de trabajo fatigante, a fiebres y a otros factores debilitadores. Incluso cuando los tres métodos anteriores no conseguían afectar demasiado al tipo de perro más estable, se descubrió que al repetirlos después de la castración o de una infección intestinal se producía inevitablemente el colapso. Una observación interesante fue que, tras semejantes intervenciones, la estabilidad de los nuevos patrones de comportamiento dependía del tipo de perro de que se tratase. Los nuevos patrones de naturaleza neurótica podían ser suprimidos con relativa facilidad en el animal «inhibitorio débil» mediante pequeñas dosis de bromuros, mientras que en el tipo «calmoso imperturbable» o «vivo» los nuevos patrones solían persistir con la misma tenacidad que los antiguos. Cuanto

más difícil era cambiar un patrón de conducta, más estable demostraba ser el nuevo patrón una vez implantado.

Al parecer había tres estadios distintos y progresivos de inhibición «transmarginal» a lo largo de los experimentos de Pavlov: 1) la llamada fase «equivalente», en la que el perro respondía produciendo la misma cantidad de saliva fuese cual fuese la fuerza del estímulo; 2) la fase «paradójica», en la que los estímulos débiles producían respuestas más activas que los fuertes, que sólo incrementaban la inhibición preventiva; 3) la fase «ultra-paradójica», en la que el animal reaccionaba ante los impulsos positivos como si fuesen negativos y viceversa; el comportamiento durante esta fase se convertía precisamente en el opuesto al previamente aprendido. Pavlov también descubrió que la inhibición transmarginal llevaba a un aumento de la sugestionabilidad en los perros, similar al que se produce en los seres humanos en estado hipnótico, de manera que cuando se les estimulaba una zona del cerebro, el resto de la corteza cerebral podía quedarse inhibida; y a la inversa, cuando se inhibía un área localizada, el resto podía entrar en un estado de excitación. También demostró que cuando una pequeña zona del cerebro de un perro alcanzaba lo que él llamaba «un estado patológico de inercia y excitación», podía surgir una estereotipación de ciertos movimientos, parecida a los tics nerviosos en los seres humanos.

Pues bien, todos estos estados inducidos experimentalmente en perros corresponden a condiciones similares que se encuentran en las enfermedades mentales humanas o bajo la tensión de la guerra o del adoctrinamiento político, y se supone que son las mismas clases de estímulos los que son capaces de producirlos. Así, los períodos prolongados de espera, especialmente cuando no se sabe a ciencia cierta en qué momento se va a producir el suceso esperado, provocan gran ansiedad en cierto tipo de individuos, y el debilitamiento ocasionado por la desnutrición o por la enfermedad desempeña un papel importante tanto en el adoctrinamiento político como en los fenómenos de conversión religiosa, en los que a menudo se emplea deliberadamente el ayuno como técnica espiritual para inducir el cambio. También sabemos que (como el perro en la fase «equivalente» de inhibición transmarginal) muchos enfermos mentales llegan a un estado en el cual reaccionan de la misma manera ante toda clase de acontecimientos, sin denotar ni la alegría ni la tristeza propias de la ocasión. Ya hemos dado ejemplos de la aparente inversión de los modelos habituales de comportamiento bajo una situación de tensión emocional, como la conversión de Saulo al cristianismo; en ciertos casos de esquizofrenia se dice que los estímulos negativos se

han convertido en positivos y los positivos en negativos (como en la fase «ultra-paradójica» de la actividad cerebral); por ejemplo, el ver o tocar un orinal es una respuesta condicionada fuertemente positiva al deseo de orinar o defecar a partir de la infancia, mientras que los vestidos, las camas y los suelos tienen a este respecto una carga negativa; pues bien: el esquizofrénico invierte ese orden y se orina en la cama o en las ropas, ignorando la bacinilla que se le ha proporcionado. La observación de que cuando una zona del cerebro está excitada las otras se inhiben forma la base de lo que Freud describía con el nombre de «disociación», en la cual un suceso traumatizante puede llevar a una pérdida de sensación o a parálisis parciales del cuerpo, y, por otra parte, el estado de cosas opuesto en el cual una pequeña zona de inhibición conduce a un estado generalizado de ansiedad o excitabilidad, encaja bien en la descripción de Freud de la ansiedad que puede acompañar a un recuerdo reprimido. Ya dijimos que los movimientos reiterados que a veces mostraban los perros de Pavlov cuando una zona alcanzaba un estado «patológico de inercia y excitación» eran de naturaleza similar a los tics nerviosos en los seres humanos; pero cuando se produce un estado parecido en el campo del pensamiento, el resultado puede ser la aparición de ideas obsesivas si el individuo es incapaz de olvidar ciertos pensamientos o palabras fijos. Si, empleando la terminología pavloviana, éstas se producen en la fase paradójica o ultraparadójica de la actividad cerebral, las ideas obsesivas pueden ser el auténtico reverso de las ideas naturales en el individuo: la madre cariñosa tendrá fantasías de maltratar e incluso matar a su hijo, y el carácter excesivamente puritano no podrá dejar de rumiar frases o recuerdos obscenos. Por otra parte, la inducción de estados de hipersugestionabilidad bajo tensión emocional queda perfectamente ilustrada en la tendencia de la gente asustada o excitada a aceptar como verdades inapelables las más increíbles declaraciones. De ahí el fenómeno, especialmente frecuente en tiempos de guerra, de los rumores absurdos.

Todas estas observaciones son muy valiosas y confirman en lo fundamental las ideas freudianas sobre psicopatología. Pero un freudiano seguramente no las interpretaría todas del mismo modo. Por ejemplo, no es cierto que los sucios hábitos del esquizofrénico sean simplemente una inversión de los que tenía previamente, ni que ese súbito impulso de matar a su hijo que siente la madre cariñosa se deba simplemente a una inversión del anterior estado de cosas producida por algún agente externo, como en el caso de los perros de Pavlov. Los que tienen intención de demostrar que una técnica como la del lavado de cerebro puede literalmente invertir la conducta de los seres humanos, como sucede

aparentemente con los animales, citan estos ejemplos para confirmar su punto de vista. De hecho no demuestran nada en este sentido, e incluso es dudoso que en este caso Pavlov demostrara su tesis; pues un perro que pasa de mostrar amistad a un ayudante de laboratorio a querer morderlo después de haber sido atormentado no ha invertido su conducta por alguna razón misteriosamente científica, sino que se está comportando de una manera bastante natural a la vista de las circunstancias. La conducta del esquizofrénico que se orina en la cama no puede interpretarse en términos de estímulos negativos que se vuelven positivos y viceversa; lo que ha hecho es regresar a un comportamiento más primitivo, como puede sucederle a un paciente senil sin necesidad de estar sometido a tensiones. La persona puritana puede estar obsesionada con los pensamientos obscenos y la madre puede sentirse inclinada a matar al niño a quien ama, pero de la explicación pavloviana nadie deducirá que los pensamientos prohibidos estaban allí desde siempre, como puede demostrar un análisis. Los pensamientos aparecen porque el paciente ha guardado previamente todos los impulsos obscenos u hostiles en el inconsciente hasta que, finalmente, se desbordan e inundan el consciente (sin que procedan de ningún agente externo). Una madre que el autor conoció y que tenía impulsos semejantes era un ama de casa cansada y excesivamente escrupulosa que tenía que llevar a su hijita todos los días a un hospital para que la trataran de una enfermedad relativamente trivial. Una madre normal se habría permitido el sentirse irritada en una situación parecida, que suponía estar esperando horas y horas en un pasillo lleno de corrientes, y su irritación se habría disipado exteriormente. Esta madre, sin embargo, era demasiado abnegada para permitirse ese lujo, reprimió su hostilidad y un día, mientras atizaba el fuego, la hostilidad saltó sus barreras y se quedó horrorizada al sentir un súbito impulso de darle a su hija con el atizador en la cabeza. Cuando se le explicó este estado de cosas, la profunda depresión que la había llevado al psiquíatra desapareció casi de repente. Es absurdo hablar de impulsos inconscientes que afloran a la superficie como si se tratase de un proceso mecánico de inversión de la conducta que pueda ser inducido de manera deliberada. La idea de que se puede introducir, por así decirlo, una idea o una forma de conducta en una mente, con la turbia intención de producir un comportamiento contrario a la forma habitual de pensar del individuo, es ridícula. Las ideas se pueden introducir, por ejemplo, por hipnosis o —como puede suceder de modo espontáneo en guerra— se puede experimentar un incidente que la mente encuentra intolerable. En ambos casos el resultado es el mismo: la idea o la experiencia rechazada

se enquista como un absceso en el cuerpo y sólo puede permanecer ahí con tal de que la mente no la reconozca. Es decir, queda disociada y no se integra en el pensamiento total del individuo. Una persona hipnotizada puede verse impelida, durante un espacio de tiempo relativamente breve, a hacer cosas extrañas por estar en un estado de disociación, pero ya hemos visto que es en extremo improbable que haga algo que contradiga a su esquema moral general. En el caso de la neurosis de guerra con un recuerdo disociado, éste tendrá que ser llevado a la consciencia para que la mente pueda finalmente absorberlo. Pero la noción de que la percepción subliminal, el lavado de cerebro o cualquier otro ingenio puedan introducir en la mente de modo permanente una idea totalmente ajena a ella e influir así sobre el comportamiento, tiene que rechazarse por absurda.

No cabe duda de que la mente es un instrumento para la adaptación del organismo a su entorno. Pero la adaptación supone que una cosa se acomode a otra, lo que en la práctica implica que el entorno sea interpretado y el comportamiento se adapte *en términos de la personalidad tal y como ya existe*. Ya hemos citado casos de cómo, por ejemplo, la persona con prejuicios invierte el sentido de un mensaje contra los prejuicios porque no encaja en su verdadero yo. Los cambios en el entorno que son mal recibidos se rechazan mediante un mecanismo de negación o, si llegan a la mente, se disocian y se aíslan del flujo principal de la conciencia. Otro método para tratar con un entorno que atenta contra los valores del yo puede consistir en modificar apropiadamente la conducta sin que se alteren para nada las actitudes básicas del individuo. Así, como veremos más adelante, los soldados americanos acusados de colaboración con el enemigo durante la Guerra de Corea no se convirtieron en la mayoría de los casos, al comunismo. Su comportamiento consistió en lo que ellos describían como «hacerles el juego a los comunistas», esto es, facilitarse a sí mismos las cosas haciendo lo que se les decía pero manteniendo intactas sus auténticas creencias. Las potentes drogas que emplean los psiquíatras no actúan directamente sobre los pensamientos del paciente cambiándolos; lo que hacen es cambiar su disposición de ánimo para que los pensamientos desagradables pierdan importancia. Las emociones son el aspecto subjetivo de los estados psicológicos, y es evidente que cuando un individuo depresivo se convierte en una persona alegre por métodos fisiológicos, desaparece en la lejanía la idea de haber cometido «un pecado imperdonable», que en parte era una racionalización para explicarse a sí mismo el porqué de su depresión. En definitiva, es su estado de ánimo y no sus pensamientos lo que se altera. Incluso en

el caso de procedimientos drásticos como el de la leucotomía, sería cierto decir lo mismo que dice Allport del hombre entre la multitud: «se convierte en sí mismo, sólo que más todavía». Como es natural, los daños cerebrales, como la disgregación producida por enfermedades como la sífilis o la demencia senil, provocan cambios de la personalidad en determinadas direcciones, pero siempre en el sentido de que afloren a la superficie rasgos generalmente desagradables que anteriormente se habían podido reprimir. Lo más difícil del mundo es cambiar la mente en direcciones que colisionen con las actitudes profundamente enraizadas en el yo nuclear.

9. La naturaleza de la conversión religiosa

Ha sido habitual suponer que a lo largo de la historia se han ido alternando los períodos de moderación y de control cerebral, generalmente denominados clásicos, con los períodos de sentimentalismo e impulsividad: la Grecia y la Roma clásicas dieron paso al fervor religioso de la Edad Media, y la moderación de la Europa del siglo XVIII al movimiento romántico del XIX. En el terreno concreto de la religión, Nietzsche contraponía la aceptación del justo medio de la religiosidad apolínea al éxtasis y la agitación de la religiosidad dionisíaca. Pero aunque puede haber algo de cierto en la teoría de los períodos alternantes de control intelectual y emocional, no cabe la menor duda de que las religiones de tipo predominante dionisíaco y predominantemente apolíneo pueden coexistir y, de hecho, coexisten. La religión estatal que se observaba, en cierto modo cínicamente, en la Grecia antigua coexistía con las misteriosas religiones dionisíacas, y el metodismo de John Wesley se movía en el seno de la Iglesia ortodoxa de Inglaterra, a pesar del desprecio que esta última sentía por el «fanatismo» de los servicios religiosos metodistas. Seguramente no es equivocado decir que la religión ortodoxa de las clases dirigentes ha tendido tradicionalmente hacia el tipo apolíneo convencional y conservador, y aunque los movimientos emocionales y evangélicos han sido frecuentemente iniciados por miembros aislados de las clases

dirigentes y medias, sus seguidores provenían por lo general de las masas trabajadoras. En algunos casos, notablemente en el movimiento metodista de Wesley, la incipiente revolución política de las masas es reemplazada por una revolución religiosa. Los métodos por los que se producían las conversaciones durante estos movimientos eran a menudo de naturaleza sorprendente y dramática, que a veces llegaba a la histeria colectiva. De estas manifestaciones nos ocuparemos más adelante en este capítulo, pues, los movimientos de masas tienen características propias. Antes de nada merece la pena considerar los factores que intervienen en el proceso de una conversión individual, bien documentados por los escritos autobiográficos de personas que la han experimentado. El doctor R. H. Thouless, en *The Psychology of Religion*, clasifica los conflictos que hay detrás de tales conversiones en predominantemente morales, predominantemente intelectuales o predominantemente sociales. Es probable que en la mayor parte de las conversiones participen estos tres elementos, pero la anterior clasificación es válida en líneas generales, aunque no prometemos que vayamos a seguir al pie de la letra las explicaciones del doctor Thouless.

La conversión se basa evidentemente en un conflicto mental y en una sensación de inadaptación, pues de no ser así no existiría ninguna razón para cambiar de creencias. Se parece, a este respecto, al enamoramiento, estado que el psicoanalista Theodor Reik explica señalando que el futuro enamorado sufre primero de una sensación de disgusto consigo mismo: Fausto antes de conocer a Gretchen y Romeo antes de conocer a Julieta estaban descontentos. El amor no es una crisis, sino la solución de una crisis que ha surgido como consecuencia de la insatisfacción con uno mismo. No habiendo podido alcanzar su ideal del ego, el individuo recurre al amor como medio para encontrarlo en otra persona y, de ese modo, alcanzar la plenitud. La persona amada es un substituto del ego ideal, y dos personas mutuamente enamoradas están intercambiando sus ideales del ego. Si no se produce el descubrimiento de un objeto amado, dice Reik, las dos únicas alternativas que restan son «sentir odio» o emprender algo creativo que le devuelva a uno el respeto de uno mismo perdido. Para muchos, la conversión es un modo de recuperar el ideal del ego perdido, un proceso de enamoramiento, pero también pueden desempeñar un papel el odio y la posibilidad de encontrar alguna solución creativa. Como indica Hoffer, los que están atormentados por la falta de sentido de la vida pueden encontrar nuevo alivio, no sólo dedicándose a una santa causa, sino también alimentando un odio fanático, y un movimiento religioso ofrece posibilidades ilimitadas para ambas cosas. Martín Lutero dijo:

Cuando siento frío el corazón y no puedo rezar como debiera me flagelo con el pensamiento de la impiedad y la ingratitud de mis enemigos, el papa y sus cómplices y sabandijas, y Zwingli, con lo que mi corazón se inunda de justa indignación y odio y puedo decir con calor y vehemencia: «¡Santificado sea tu Nombre, venga a nosotros tu Reino, hágase tu voluntad!» Y cuanto más me enardezo, más ardientes se hacen mis oraciones.

William James, en *The Varieties of Religious Experience*, dice lo siguiente sobre la psicología de la «rendición»:

Sólo hay dos formas posibles de que desaparezcan la ira, la preocupación, el miedo, la desesperación y otros sentimientos indeseables. Una es que un sentimiento opuesto irrumpa poderosamente en nosotros, y la otra es que nos agotemos de tal modo en el lucha que tengamos que detenerla, nos dejemos caer, nos rindamos y dejemos de preocuparnos. Los centros emocionales del cerebro decretan la huelga y caemos en una apatía temporal. Ahora bien, *existen pruebas documentales que con frecuencia, este estado de agotamiento temporal forma parte de la crisis de conversión* [Subrayado de J. A. C. Brown].

Pero como el lector recordará, Pavlov demostró experimentalmente que el agotamiento nervioso era una de las condiciones que aparentemente llevaban a la destrucción de los antiguos esquemas cerebrales y a su substitución por otros nuevos, y es sorprendente descubrir que tal hallazgo está confirmado por James en su estudio de la literatura de la conversión. La búsqueda de un objeto amoroso, el odio y la ira, la angustia y la desesperación, y el agotamiento producido por un conflicto mental o por métodos físicos son estados que disponen a la mente, en circunstancias ambientales adecuadas, para la conversión religiosa. San Agustín, como podrá recordarse, fue instado por su madre, antes de su conversión, a que abandonara a su amante:

Entre tanto, mis pecados se multiplicaban, y al apartar de mi lado a mi concubina por ser un obstáculo para mi matrimonio, mi corazón, que se aferraba a ella, estaba desgarrado, herido y sangrante... Alabado seas, gloria a Ti, Fuente de Misericordia. Me estaba haciendo más miserable, y Tú más cerca.

Pascal estaba desesperadamente enamorado de una mujer de alcurnia —al parecer Mlle de Roannez, hermana de su amigo el duque de Roannez— y según Thouless «no cabe duda de que la naturaleza profundamente emocional de su posterior conversión estuvo motivada, en gran parte, por la proyección hacia los cielos de su amor terrenal». Santa Catalina de Génova y madame Guyon fueron ambas extremadamente desgraciadas en sus vi-

das de mujeres casadas antes de convertirse. «La necesidad del hombre es la oportunidad de Dios» es la forma teológica de expresar esa necesidad de «rendición» en determinadas circunstancias.

Como hemos sugerido en otra parte, el problema con la obra de Pavlov es que, de no tener ciertos conocimientos de psicopatología subjetiva como los que nos proporciona la teoría de Freud, podemos caer en la grave confusión de creer que la mente sometida a tensión puede borrarse como una pizarra y luego imponérsele nuevos esquemas sin relación alguna con los que había antes —en otras palabras, que una personalidad puede ser totalmente cambiada y convertida en otra distinta la primitiva. No hay fundamento para creer que esto sea cierto. La conversión se describe a menudo como un proceso súbito y su clímax lo es casi invariablemente; pero en el historial de cualquier caso personal que se estudie detenidamente es muy fácil ver, cómo se llega a ese estado progresivamente. Surgen nuevas actitudes, pero mantenidas de la misma forma que las antiguas (los perros de Pavlov que más se resistían a la ruptura de los viejos esquemas eran también los más resistentes al cambio de los nuevos, es decir, eran perros obstinados); frecuentemente, cómo hemos visto, las creencias «nuevas» son sorprendentemente similares en su contenido emocional a las antiguas. A veces, incluso después de la conversión, las viejas creencias reaparecen en la conciencia, demostrando que no están borradas de las páginas de la mente, sino reprimidas en el inconsciente, de donde emergieron originalmente las «nuevas». Tomemos otra vez el ejemplo de San Pablo; pues, como indicó Jung, el viejo Saulo no se extinguió nunca del todo:

> A veces se manifiesta en los ataques que sufría. Sin duda es un gran error creer que sus ataques eran epilépticos. No hay rastro de epilepsia en ellos; por el contrario, el propio San Pablo proporciona en sus epístolas los suficientes indicios para conocer la verdadera naturaleza de su enfermedad. Está claro que se trata de ataques de origen psíquico, que en realidad significan un retorno al antiguo complejo de Saulo, reprimido a través de la conversión, al igual que había habido previamente una represión del complejo de cristianismo.

También está el caso, citado por Thouless, de un caballero irreligioso que bebía sin mesura pero que, a pesar de todo, seguía manteniendo relaciones afectuosas con su esposa e hijos; cuando fue convertido por una organización religiosa, abandonó a su familia y le dejó tan poco dinero que acabó en la pobreza. Dos años más tarde recayó en la bebida, pero volvió junto a su familia y siguió mostrando su cordialidad habitual. Fue convertido de nuevo y, viviendo esta vez del pequeño sueldo de funcionario

de la organización, se negó a mantener a su mujer y a su familia; pregonó que vivían en el «pecado» y vendió la casa sin atender a consideraciones. Aquello fue muy elogiado por los demás miembros de la congregación, que no sabían nada de sus asuntos personales. Hubo aquí una represión alternante de los lados «bueno» y «malo» de la naturaleza de este hombre.

Todo ser humano viene a poseer un gran número de grupos o complejos de ideas o potencialidades de las que normalmente nunca hace pleno uso, y algunas llegan incluso a reprimirse en el inconsciente en interés de la coherencia; pues, como han demostrado tanto Jung como Anna Freud, no sólo se reprime las ideas socialmente inadmisibles, sino también aquellas que no son compatibles con la organización de la personalidad existente. Charles Darwin describe en su autobiografía cómo, a medida que la ciencia iba absorbiendo más y más su interés, fue perdiendo afecto a la poesía y a las obras dramáticas de Shakespeare, que antes constituían un aspecto importante en su vida; cabe suponer que los tipos predominantes intelectuales o prácticos reprimen a menudo sus intereses religiosos de esta forma, para luego ser desbordado por ellos cuando surge la ocasión. Esto lo expresa muy bien, aunque quizás de forma poco actual, William James:

> De ahora en adelante, al hablar del punto candente en la conciencia de un hombre, el grupo de ideas al que se dedica y a partir del cual opera lo llamaremos *el centro habitual de su energía personal*. Es muy distinto para un hombre el que el centro de su energía resida en un conjunto de ideas o en otro; en relación a cualquier conjunto de ideas, importa mucho que ocupen un lugar central o periférico. Decir un hombre se «convierte» significa, en estos términos, que las ideas religiosas, previamente periféricas en su conciencia, ocupan ahora un lugar central y que las inquietudes religiosas forman el centro habitual de su energía.

En términos más comtemporáneos, podemos imaginar que la parte periférica de la personalidad contiene muchos conjuntos de ideas que a menudo están relacionados con grupos sociales primarios o secundarios a los que el individuo perteneció en su día (como veremos más adelante, la conversión está a menudo relacionada con un cambio de posición social o con un cambio de actitud hacia un grupo social determinado), y la energía de la personalidad nuclear se expresa predominantemente a través de uno de estos conjuntos de ideas con la posibilidad de cambiar súbidamente a otro. Sin embargo, cada una de estas «personalidades» posible es coherente con la personalidad nuclear relativamente inalterada. James señala que cuando un hombre como el presidente de los Estados Unidos (se debe de referir a «Teddy» Roosevelt)

se va de vacaciones a los bosques con una tienda de campaña, «cambia el sistema de sus ideas de arriba a abajo», y aquellos que sólo le conocían en su faceta de enérgico hombre público no reconocerían en él a la misma persona. Pero suponiendo que nunca hubiese vuelto a sus obligaciones, se habría convertido para todos los efectos prácticos en un ser permanentemente transformado. A menudo suponemos que un individuo tiene una personalidad rígidamente moldeada porque solemos verle en el mismo escenario social, pero si le viésemos en otro medio nos revelaría un aspecto muy diferente de su personalidad; para un observador superficial, se habría convertido en un hombre nuevo, pero un psicólogo avezado señalaría en seguida que los rasgos fundamentales no habían cambiado.

El sexo y el sentimiento de culpa a él asociado desempeñan un papel muy importante en la conversión y en los fenómenos religiosos en general. Es significativo que, como demuestra Starbuch en *La psicología de la religión*, la mayoría de las conversiones tienen lugar en las edades comprendidas entre los doce y los veinticinco años, período en el que la gente joven pasa por la tormenta y la tensión de la adolescencia. Tales conversiones, sin embargo, suelen ser poco permanentes y se suelen superar gradualmente a medida que las tensiones se van resolviendo por sí mismas. De forma similar, los psiquíatras pueden atestiguar que los estados depresivos que se producen con el advenimiento del período crítico en el hombre y la mujer tienen frecuentemente un no despreciable elemento de culpabilidad y una convicción de pecado que va asociada con una preocupación por cuestiones religiosas. También es este período de la vida en el que son frecuentes las conversiones religiosas. El sentimiento religioso tiene pues un flujo y reflujo que coincide con cambios similares en la vida sexual; pues tanto en la adolescencia como en la mitad de la vida el deseo sexual tiende a aumentar y, posteriormente, a disminuir. Otras observaciones también establecen la conexión entre los dos grupos de fenómenos. Así, la tendencia de las religiones a reprimir las expresiones naturales del instinto sexual parece indicar un conocimiento subconsciente del hecho de que si se permite satisfacer normalmente tales deseos, es menos probable que se produzca la sublimación al sentimiento religioso. No hay más que ver el papel predominante que desempeñan en la Iglesia Cristiana las mujeres célibes o la pérdida del entusiasmo religioso de las mujeres felices en su matrimonio. Mucha gente habrá notado la presencia habitual de símbolos sexuales en las obras de carácter religioso y la tendencia a expresar los sentimientos religiosos en imágenes eróticas, llegando al extremo de describir lo que en otro contexto podría ser tomado por

una descripción de un orgasmo sexual. Por último uno sabe que en ciertas religiones de tipo muy emocional la excitación se manifiesta, de hecho, en una expresión abiertamente sexual.

Las conversiones puramente intelectuales constituyen probablemente un caso poco frecuente, aunque las dificultades de tipo intelectual a menudo forman parte de la pugna interior que precede al hecho mismo de la conversión. San Agustín, por ejemplo, describe sus sentimientos antagónicos acerca de los problemas que planteaban el libre albedrío y la existencia del mal, pero no fueron éstos los que provocaron su conversión. Por otra parte, lo que hemos descrito en un sentido muy general como factores sociales parecen tener una parte desproporcionadamente grande en la conversión religiosa. Estos se puede expresar diciendo que tanto el rechazar un grupo social como el ser rechazado por él suele ir seguido por la aceptación de las *mores*, incluidas las creencias religiosas, de otro grupo. Como mencionábamos anteriormente, es imposible dejar de observar que con harta frecuencia la aceptación de ciertas opiniones está condicionada por la actitud filial básica hacia el grupo familiar y no por consideraciones de índole intelectual, las cuales a menudo no son sino racionalizaciones. Los hijos de clérigos que han apoyado a la Asociación Racionalista y se han convertido en fanáticos ateos forman legiones, y su «conversión» ha ido seguida frecuentemente por una dedicación tan plena a los estudios teológicos (aunque, por supuesto, con fines distintos), que provocaría la envidia de cualquier teólogo profesional. Y a la inversa: ¡cuántos racionalistas convencidos no habrán tenido hijos que luego se han integrado en la Iglesia Católica, la vieja enemiga de su familia! Durante la última guerra, al examinar la aptitud psíquica de los voluntarios árabes que se querían alistar en el ejército, no podía por menos de sorprenderme el que aquellos que se habían convertido al cristianismo habían sido en muchos casos inadaptados sociales dentro de su propio grupo antes de su conversión. (No nos referimos, por supuesto, a los árabes que procedían de zonas donde ya existían grandes comunidades cristianas, como en el caso del Líbano.) La vieja creencia, mantenida por los europeos que llevaban algún tiempo viviendo en el Oriente Medio, de que, nunca se debe uno fiar de un criado árabe cristiano, probablemente tuviera algún fundamento real, pues los que se convertían a una religión extranjera en zonas predominantemente musulmanas eran a menudo tipos inadaptados.

Ya hemos visto, en relación con los partidos políticos, lo frecuente que es que los que ingresan en grupos minoritarios (aunque suceda que tenga razón a los ojos de Dios) sean los desafectados,

los inestables, los proscritos, los inadaptados y los ambiciosos que no han podido encontrar un hueco en los partidos convencionales. Se puede sentir simpatía por los movimientos que propugnan el desarme nuclear, el pacifismo o el vegetarianismo y, sin embargo, observar al mismo tiempo que los miembros convencidos de tales movimientos no son exactamente los ejemplos más característicos de la sociedad en su conjunto y que de hecho, muchos son seres excéntricos. Hay que repetir que esto no tiene nada que ver con la justeza de las opiniones mantenidas, como la presencia de fenómenos sexuales en la religión no implica que la religión sea falsa o no sea más que sexualidad. Pero lo que sí está claro es que la conversión a una ideología determinada se inicia frecuentemente con la incapacidad para encajar en el propio grupo, y que la búsqueda constante de una filosofía «verdadera» oculta a menudo la búsqueda de un grupo social en el que poder encajar y dejar así de tenerse por un proscrito. Cuando se encuentra ese grupo, se aceptan sus creencias y sus *mores,* por absurdas que puedan parecerle al profano, y el nuevo miembro las defenderá con todas sus fuerzas por temor a volver a ser un marginado.

Volvamos ahora a los fenómenos de conversión más espectaculares, que son también los más afines al «lavado de cerebro» por la clase de estímulos empleados: el ayuno, la mortificación, la inducción de un miedo que raya en el pánico, la regulación de la respiración como en el yoga, la percusión rítmica, las danzas, los cánticos, el empleo de incienso o de drogas embriagadoras, etcétera. Recordemos que el despertar fuertes sentimientos de ansiedad, culpa o ira, crear conflictos mentales, provocar el agotamiento mental o físico del individuo y prolongar la tensión impidiendo al individuo conocer cuál va a ser su suerte son procedimientos que producen estados de sugestionabilidad semejantes a los que conseguía Pavlov en sus perros. El predicador fundamentalista cristiano emplea tres métodos. En primer lugar, nunca discute, sino que inculca las creencias mediante afirmaciones (¡Jesús te espera!), reiteración (¡Aleluya! ¡Alabado sea el Señor!) y contagio multitudinario. En segundo lugar, lanza terribles advertencias sobre el fuego del infierno, de forma que el público no puede imaginar siquiera la posible inexistencia del mismo; así, Jonathán, una de las principales figuras del *revivalism** en Nueva Inglaterra, comunica a su congregación:

---

* *Método de renovación del fervor evangélico, utilizado en los países anglosajones por los predicadores metodistas del siglo* XVII. Se obtiene un arranque de fervor religioso masivo mediante una intensa predicación y sensación de rezo en común *(revivals)* [*N. del T.*]

El Dios que os tiene aislados sobre el abismo del infierno como nosotros sujetaríamos a una araña o algún insecto dañino sobre el fuego, os aborrece y está terriblemente irritado. Su cólera hacia vosotros arde como el fuego.

Y el reverendo B. S. Taylor anuncia:

El infierno lleva seis mil años funcionando. Todos los días se llena. ¿Dónde está? A unas dieciocho millas de aquí. ¿En qué dirección está? Hacia abajo: no más de dieciocho millas hacia abajo en las entrañas de la tierra.

Ni siquiera los niños pequeños se salvarán si no se convierten, porque hay que darse cuenta, decía Jonathan Edwards, de que

...todos son por naturaleza hijos de la ira y herederos del Infierno; y todo el que no haya vuelto a nacer, ya sea joven o viejo, está expuesto en cualquier momento a la destrucción eterna bajo la cólera de Dios Todopoderoso. Con todo lo inocentes que nos puedan parecer los niños, si están fuera de Cristo, no están en presencia de Dios, sino que son víboras jóvenes, infinitamente más repugnantes que las víboras, y se encuentran en la más miserable de las condiciones.

En tercer lugar, tras haber inducido el miedo y la culpa en su auditorio, el predicador les dice cómo se pueden salvar y en su papel de representante divino les hace promesas de cuyo cumplimiento nadie duda. «Arrepentíos y os salvaréis.» Los *revivals* de Nueva Inglaterra, en los que Edwards desempeñaba el papel más importante, fueron unas de las primeras manifestaciones de las campañas de predicación, en su mayor parte fundamentalistas, de los tiempos modernos. Comenzaron en la ciudad de Northampton, Nueva Inglaterra, en el año de 1734, después de que se produjeran dos trágicas muertes en la parroquia de Edwards, que pudieron influir en la predisposición de la gente a recibir su mensaje (aquel domingo era un sermón sobre la justificación de la fe sin obras). Para sorpresa suya, «apenas hubo una sola persona en la ciudad, fuera joven o vieja, que no tomara conciencia de las grandes cosas del mundo eterno», y, de una población de 1.100 habitantes, no menos de 300 hicieron la ortodoxa confesión pública puritana y fueron declarados conversos.

La confesión pública era un procedimiento extraño que obviamente guardaba un gran parecido con lo que conocemos por técnicas de «lavado de cerebro». El penitente hacía primero su confesión delante de la asamblea congregada, empleando a menudo un lenguaje exagerado que recuerda al de las víctimas de las purgas de los años treinta en Rusia: «Siento que soy el ser más vil, abominable y despreciable de toda la raza humana. No conozco

a nadie, por libertino y vicioso que sea, que a mi lado no parezca afable y piadoso», por citar un caso. Encontrándose en tal estado, el penitente preguntaba: «¿Qué puedo hacer para salvarme?» A lo que se le contesta: «¡Nada!» Sólo existía una ligera posiblidad: la gracia de Dios, que él no podía obtener por muchos esfuerzos que hiciera, por lo que sólo le quedaba la esperanza; y la alternativa era una condena a la eternidad. En la segunda fase, el penitente tenía que llegar a decir delante de la congregación: «¡Dios se glorifique con mi condenación!» y, si se negaba a admitir esa creencia, todo lo demás era inútil. A un hombre que aseguró que se le había aparecido Cristo y que le había dicho que estaba salvado se le dijo que con eso no bastaba: tenía que estar dispuesto a afirmar que amaría a Cristo aun cuando El decidiera condenarlo eternamente. El penitente no pareció creerlo, por lo que se le dijo que tendría que estar de acuerdo con aquello si quería salvarse. Durante los momentos cumbre del *Gran Revival* la gente sufría arrebatos de terror, y se dice de un penitente que «al sentir una punzada en el corazón y verse a sí mismo en la boca de la caldera en la que ardía para siempre, fue tanta su angustia que durante media hora tuvo que taparse la boca con las manos para no gritar». Cuando el *Revival* estaba en su clima llegó de Inglaterra el fanático Whitefield, colega de John Wesley, y puso las cosas aún peor; había sollozos colectivos y retorcer de manos, estados prolongados de coma, colapsos físicos y la gente se estremecía de terror llegando a un estado de histeria colectiva. El *Revival* llegó a su fin a raíz de descubrirse un escándalo que al principio prometía traer mucha cola: según se dijo, la gente joven de la ciudad se había entregado a la lectura de libros obscenos (lo que probablemente significaba que estaban leyendo literatura laica). Edwards convocó una reunión y conminó a los culpables a que se presentaran ante sus mayores, pero cuando se descubrió que estaban involucrados los hijos de algunas de las familias más prominentes de la ciudad, los padres perdieron todo entusiasmo y los jóvenes desafiaron abiertamente a Edwards, cuya reputación no tardó en declinar.

Tanto John como Charles Wesley, cuya conversión se produjo con pocos días de diferencia, pasaron de creer que las buenas obras eran el vehículo para la salvación a creer que bastaba con la fe para salvarse, y es significativo que en ambos hermanos la conversión se produjo tras un ataque agudo de depresión mental. John había sido antes un predicador poco convincente, pero descubrió por sí mismo las técnicas que habían tenido tanto éxito en Nueva Inglaterra. De ese modo, creaba en su auditorio una tensión emocional por temor al infierno eterno que, como dice

Sargant, era tan real para Wesley como las casas y los campos por los que iba predicando; y, como en el caso de los perros de Pavlov, cualquiera que participara emocionalmente, ya fuera positiva o negativamente, se exponía por igual a la conversión, pues, sentir ira o sentir miedo por las ideas sugeridas puede provocar trastornos psicológicos que hagan muy sugestionable a una persona o, para emplear una terminología pavloviana, que inviertan aparentemente los esquemas de comportamiento condicionado. Hecho esto, se indicaba con firmeza el camino de la salvación; en palabras de Wesley: «A medida que un número cada vez mayor de personas se va convenciendo de haber pecado, podemos añadir más y más partes del evangelio, con el bien de engendrar la fe y elevar a la vida espiritual a aquellos a quienes la ley ha matado»; la ley era la certeza de que al pecador no converso le esperaba el fuego del infierno. Una mujer de mala fama fue a mofarse y a armar bulla y comenzó a gritar y a crear revuelo. Wesley guardó la calma y le dijo que Dios la amaba, tras lo cual «se le estremeció el corazón y se le cubrió la cara de vergüenza. Dejé de mirarla y me volví a los demás, que se disolvieron como el agua y eran como hombres sin fuerza». Era frecuente que Wesley, hombre extraordinariamente intuitivo, fijase su vista en un solo hombre o mujer entre la multitud, haciendo de él o de ella su objetivo principal; cuando conseguía establecer una corriente de simpatía directamente con su objetivo, dicha corriente se extendía por contagio a toda la multitud.

> Algunos se hundieron y se quedaron sin fuerzas; otros temblaban y se estremecían visiblemente; algunos padecían de convulsiones por todo el cuerpo, tan violentas, que a menudo cuatro o cinco personas no podían sujetar a una sola. He visto muchos ataques de histeria y epilepsia; pero, en muchos aspectos, ninguno era como éstos.

Una semanas más tarde, otra mujer que había ido a burlarse se quedó a rezar; se había mostrado

> bastante recelosa de los que gritaban y hacían ruido estando segura de que lo hacían a propósito. Y era todavía de la misma opinión cuando, de pronto, fue atravesada como por una espada y cayó al suelo temblando. Entonces comenzó a gritar con todas sus fuetzas, aunque no podía articular una sola palabra porque se las tragaba todas. Estuvo así mucho tiempo, y tras doce o catorce horas de padecimientos, su alma fue liberada.

El *Revival* de Kentucky en 1800 proporcionó ejemplos aún más sorprendentes, de histeria colectiva. En este caso, el predicador fue el fanático calvinista James McGready, mientras que su feligre-

sía estaba compuesta principalmente de cuatreros, deudores fugitivos, atracadores de bancos, asesinos y criminales de toda laya que habían huido de los estados más estrictos en material legal. La fase inicial del *Revival* fue muy parecida a la de Wesley en cuanto a sus métodos y resultados, hasta que se decidió celebrar una ceremonia religiosa al aire libre un día del estío de aquel año. La muchedumbre había estado llegando durante meses al Estado a lomos de caballerías y en carros entoldados; se decidió tener la asamblea al aire libre porque no había edificio capaz de albergar a tanta gente. Se derribaron algunos árboles para construir bancos y se improvisó un púlpito; McGready y sus ayudantes iban de un lado a otro exhortando a la congregación a que se arrepintiera para escapar de la condenación eterna. La asamblea se prolongó ininterrumpidamente desde un viernes hasta el martes siguiente; por las noches, se encendían hogueras para alumbrar. Bajo el constante bombardeo de los sermones, los rezos y los cánticos, dos mujeres se pusieron histéricas e, inmediatamente, centenares de hombres y mujeres comenzaron a arrojarse al suelo, se desmayaban y en muchos casos permanecían sin sentido durante varias horas, volviendo en sí para declarar que estaban salvados.

En la siguiente asamblea, celebrada en 1801, se reunieron veinte mil hombres, mujeres y niños al aire libre para escuchar la doctrina del infierno y de la condena eterna de los que no se arrepintiesen; la agitación estalló casi inmediatamente. Algunos corrían alocadamente dando gritos de agonía o se retorcían en el suelo durante horas, otros se internaban en los bosques de los alrededores gritando «¡Perdido! ¡Perdido!» con toda la fuerza de sus pulmones. Algunos comenzaron a sufrir convulsiones que muy pronto se las contagiaron a otros, mientras que, en otra parte, grupos de hombres y mujeres se entregaban a lo que se llamaba «acorralar al diablo», arrastrándose a cuatro patas, ladrando como perros y gruñéndose los unos a los otros durante horas. Otro fenómeno era el llamado «salto de la rana», al que se entregaban frenéticamente hombres y mujeres saltando los unos por encima de los otros. Como era de esperar, muchos caían en estados de trance durante la última fase de la asamblea o tenían alucinaciones visuales y acababan tomando parte en excesos sexuales.

No sólo las emociones conflictivas, como la ira, el miedo, la ansiedad y el agotamiento físico o mental, sino también ciertos estímulos psicológicos, como los que emanan de una percusión rítmica a una luz potente, pueden someter al cerebro a una tensión que desemboque en la ruptura de los antiguos esquemas de conducta sobre los que tanto insiste la escuela pavloviana. Los registros eléctricos del cerebro con un electroencefalógrafo muestran que

determinados ritmos de sonido o ráfagas de luz pueden crear anormalidades en el funcionamiento del cerebro que provocan una gran tensión y, en algunos casos, llegan a producir ataques de tipo epiléptico. Bailar hasta el agotamiento, especialmente si va unido al consumo de alcohol y de drogas, puede llevar a estados similares de derrumbamiento mental y físico. En el culto vudú de Haití se cree que los *loa* o deidades toman posesión de una persona generalmente cuando ésta baila al son de los tambores, y los poseídos se comportan como tradicionalmente se cree que se comportan las deidades. Cuando vuelven en sí después de una hora o más, no parecen recordar absolutamente nada de lo que han hecho, aunque a juicio del observador su actuación haya sido efectiva e inteligente. J. F. Hecker, en su libro *Epidemics of Middle Ages,* describe los mismos fenómenos en los atacados por la Manía del Baile después de la Peste Negra:

> Mientras danzaban, no veían ni oían nada, siendo insensibles a las impresiones externas a través de los sentidos, pero eran atormentados por visiones, gritando el nombre de los espíritus y conjurándolos en sus fantasías; y algunos aseguraron luego que se habían sentido como inmersos en un río de sangre, que les obligaba a dar grandes brincos.

Otros fenómenos que siguieron a la peste cuando toda la población de Europa estaba en estado de aturdimiento y terror fueron los grupos de penitentes que iban de pueblo en pueblo flagelándose (y, a menudo, transmitiendo la enfermedad) y la tremenda erupción de antisemitismo que, comenzando en Alemania, se extendió luego a todos los países fronterizos. El baile desenfrenado también fue característico de la secta de los shakers, fundada en América por una ignorante muchacha inglesa, Ann Lee, que murió en 1784 convencida de que Dios era varón y hembra a la vez y que el pecado original de Adán y Eva fue el descubrimiento del comercio sexual, que, por consiguiente, consideraba como el mayor de todos los pecados. En sus reuniones se entregaban a los bailes sagrados, en los que los sexos bailaban por separado; pero a pesar de esto (o más probablemente, a causa de ello) conseguían llegar a estados de excitación que seguramente eran una forma de manifestar la sexualidad reprimida. Existen pruebas de que los bailes desempeñaron un papel importante en los primeros tiempos del cristianismo, y San Ambrosio, uno de los primeros padres de la Iglesia, escribía:

> Por esta razón, el baile no debe ser considerado como un signo de reverencia a la vanidad y al lujo, sino como algo que anima a todo cuerpo viviente y no permite que los miembros permanezcan inmóviles en el suelo ni

que los lentos pies se entumezcan... Pero tú, cuando vienes a la pila bautismal, levantas tus manos. Se te exhorta a tener los pies más ligeros para que así puedas ascender a la vida eterna. Este baile es un aliado de la fe y una honra de la gracia.

El papel que juega la sexualidad reprimida en los ataques de histeria lo demuestra la frecuencia con que se producen en los conventos. Aldous Huxley proporciona un ejemplo detallado en *Los Diablos de Loudun*, y otros casos que sirven de ejemplo son: el de un convento francés del siglo XVIII, donde una monja comenzó a maullar como un gato y se le unió el resto de la comunidad, maullando todas día tras día hasta que las amenazas de la milicia local consiguieron hacerlas callar; y la manía de morder que se extendió por los conventos de Alemania, Holanda e Italia. En este último caso, la gran excitación sexual se manifestaba no sólo mordiendo, sino también haciendo exhibiciones indecentes, arrancandose el pelo de raíz, prorrumpiendo en alaridos a coro y rechinando los dientes. En un apéndice de *Los Diablos de Loudun*, Aldous Huxley resalta el significado de tales fenómenos e insiste en la influencia de los bailes, de los cánticos y del ritmo:

Ningún hombre, por muy civilizado que sea, puede escuchar durante mucho tiempo un tambor africano, o unos cánticos indios, o un himno galés, y conservar intacta su personalidad crítica y autoconsciente. Sería interesante escoger a un grupo de los filósofos más eminentes de las mejores universidades, encerrarlos en una sala calurosa con derviches marroquíes o vudistas haitianos y medir con un cronómetro la fortaleza y su resistencia psicológica a los efectos del sonido rítmico... lo único que podemos predecir con seguridad es que si los cánticos o el ruido de los tam-tames duran lo suficiente, todos y cada uno de los filòsofos acabarían saltando y aullando con los salvajes.

El hecho de rechazar conscientemente el proceso, en vez de conseguir evitar su influencia, puede muy bien surtir el efecto contrario, como vimos que ocurría en algunos de los conversos de Wesley, y este resultado quizás se explique muy bien en función de lo que el psicólogo francés Baudoin describía como la Ley de la Reversibilidad del Esfuerzo, enunciada por él de la siguiente forma:

Cuando una idea se impone en la mente hasta el punto de dar lugar a una sugestión, todos los esfuerzos conscientes que el sujeto haga para contrarrestar esa sugestión no sólo no llegan a alcanzar el efecto deseado, sino que, en realidad, van en contra de los deseos conscientes y tienden a intensificar la sugestión.

Esto se observa, aunque en grado menor, en la vida cotidiana

cuando hacemos esfuerzos por recordar un hecho y nos damos cuenta de que cuanto más nos esforzamos más difícil nos resulta recordarlo, mientras que, si dejamos de esforzarnos, lo más probable es que lo recordemos en seguida. Thouless propone el ejemplo de lo imposible que sería para la mayoría de la gente caminar por una tabla suspendida sobre un precipicio, aunque la tabla tuviese la suficiente anchura para caminar por ella tranquilamente si estuviese colocada sobre el suelo. La atención espontánea queda inevitablemente atrapada por la idea de la caída, y esa idea está acompañada de un fuerte sentimiento emocional de miedo u horror. Si la persona pudiera arreglárselas para no pensar en la caída, o para pensar en ella sin dejarse llevar por la emoción, el peligro de caerse sería menor. Como vemos, sus esfuerzos voluntarios para conservar el equilibrio no sólo son inútiles sino que tienden a traicionar su propio fin.* Por eso, la gente capaz de resistir las sugestiones de Wesley eran personas como Horace Walpole, cínicas y emocionalmente independientes.

Es obvio que la conversión suele estar precedida por algunas clases de conflicto mental; las personas satisfechas consigo mismas no suelen ser objeto de conversiones. Pero es sorprendente la frecuencia con que la conversión va precedida de estados de agotamiento físico y mental, y no es infrecuente que los estados místicos o cuasimísticos se produzcan en la soledad de la celda de una cárcel, especialmente si, además del aislamiento, se tienen motivos para sentir miedo o angustia. James describe el caso de un borracho que había empeñado todos sus bienes y vendido todo lo que tenía para comprar bebida:

> Hacía días que no comía nada, y durante las cuatro noches anteriores había sufrido los horrores del *delirium tremens,* desde la medianoche hasta la mañana. Me había dicho a menudo: «Nunca seré un vagabundo. Nunca estaré acorralado, porque, cuando llegue ese día, si es que llega alguna vez, encontraré un hogar en el fondo del río». Pero el Señor dispuso que, llegado el día, no fuese capaz ni de andar una cuarta parte del camino hasta el río. Mientras estaba sentado, sentí como una presencia poderosísima. No comprendí entonces de qué se trataba. Supe más tarde que era Jesús, el amigo de los pecadores. Fui al bar, me acerqué a la barra y comencé a aporrearla con los puños hasta hacer saltar los vasos. Los que estaban allí bebiendo miraban con desdeñosa curiosidad. Dije que no volvería a tomar un trago así cayera muerto en medio de la calle y verdaderamente me sentía como si eso fuese a suceder antes de que amaneciera. Algo me dijo: «Si quieres mantener esa promesa, vé y enciérrate.» Fui a la cárcel más próxima e hice que me encerraran.

---

* Cf. El ejemplo de propaganda sanitaria en la p. 77.

Fue más tarde a una misión y se convirtió. Otro caso que cita James es el de un hombre que

...habiendo llegado a un agudo paroxismo de pecado, sin comer nada en todo el día, se encerró en su habitación presa de total desesperación, gritanto: *¿Cuánto va a durar, Señor, cuánto tiempo?* «Tras repetir esto y otras cosas parecidas», dice, «varias veces *sentí desvanecerme y caer en un estado de insensibilidad.* Cuando recuperé el conocimiento estaba de rodillas, no por mí, sino por los otros. Me sentía sometido a la voluntad de Dios, dispuesto a aceptar lo que El quisiera hacer conmigo. Mi propio interés parecía diluido en el interés por los demás.»

Leuba, que hizo varios estudios sobre los fenómenos de conversión, señala que el contenido de la misma no tiene por qué estar relacionado con la religión, citando ejemplos de otros alcohólicos que se hicieron abstemios por razones puramente éticas, sin que interviniera factor teológico alguno. De modo similar, Arthur Koestler describe cómo, estando en una cárcel española durante la Guerra Civil, esperando la muerte en cualquier momento, sentía que estaba «... flotando sobre mi espalda en un río de paz bajo puentes de silencio. Procedía de ninguna parte y fluía hacia ningún sitio. De pronto no había ni río ni yo. El yo había cesado de existir». Posteriormente, esta experiencia

... sucedía dos o tres veces por semana, luego los intervalos se hicieron más largos. Nunca conseguía inducir ese estado voluntariamente. Después de mi liberación, los intervalos se hicieron aún más largos, tal vez una o dos veces al año. Pero, para entonces, ya estaba abonado el terreno para que tuviera lugar el cambio de personalidad.

La conversión de Tolstoi apenas puede definirse como una conversión al cristianismo ortodoxo; precedida de impulsos suicidas, le llevó a abrazar la vida de los campesinos rusos, en la que desde entonces fue relativamente feliz. Leuba también indica lo frecuente que es el que la conversión esté asociada a un «sentimiento de falta de plenitud, de imperfección moral, de pecado, para emplear la palabra técnica, acompañado del anhelo de la paz de la unidad», y cita numerosos ejemplos, en los que el pecado va desde el alcoholismo hasta el orgullo espiritual, para demostrar que tal sentimiento «puede acosarle a uno hasta hacerle buscar alivio con la misma urgencia que si se tratara de una enfermedad de la carne o de cualquier forma de miseria física». En términos psicológicos, el significado de esto es que el «pecador» se siente separado de la realidad, ya tome ésta la forma de Dios o la de las vidas de otros seres humanos, y siente una gran necesidad de derribar las barreras. Esto es

importante, especialmente cuando consideremos el problema de las confesiones políticas en el próximo capítulo; pues tenemos que tener en cuenta que en la mayoría de la gente existe el deseo natural de compartir las experiencias mentales y emocionales de los demás, de los que uno se siente aislado por un sentimiento de ser diferente, ya sea por motivo del pecado o por sostener creencias contrarias a las suyas.

La necesidad de romper ese sentimiento de separación mediante la confesión es muy real y urgente, y ha habido psicoanalistas, como Otto Rank y Erich Fromm, que han puesto de manifiesto el hecho de que para la mayoría de la gente, y especialmente para el neurótico, la carga de la individualidad es muy difícil de llevar. Existe un «miedo a la libertad», un miedo de uno mismo, que hace que la gente quiera sumergirse en la masa, y la confesión es uno de los medios más poderosos para hacerlo, porque de esa forma se pierden los motivos que le mantenían a uno separado del resto de la gente. Otra forma consiste, por supuesto, en perder el sentido de identidad personal sumergiéndolo en el comportamiento colectivo de una multitud, pues, como dice Hoffer, cuando renunciamos al yo y pasamos a formar parte de un todo compacto, no sólo renunciamos a todo provecho personal sino que también nos sacudimos la responsabilidad personal. Cuando perdemos nuestra libertad personal en el seno de un movimiento totalitario, encontramos la nueva libertad de hacer lo que hace la muchedumbre, que puede adoptar formas tales como «acorralar al diablo» o caer en un estado de trance, o, por otra parte, el derecho a odiar, intimidar, mentir, torturar, asesinar y cometer cualquier crimen sin sentir vergüenza ni remordimiento. No es accidental que las confesiones públicas desempeñen un papel tan importante en los movimientos totalitarios, sean religiosos o políticos porque el totalitario odia por igual el individualismo del santo y el del pecador. El autor ha conocido a varias personas que admitían que en la época del Grupo de Oxford del movimiento del *Moral Rearmament* confesaban pecados de los que no eran culpables o exageraban las faltas triviales que habían cometido porque no querían sentirse «diferentes» de los demás al hacer las confesiones públicas.

Como indicábamos en otro lugar, un aspecto importante de la sugestionabilidad es el hecho de que, en general, se nos ha acostumbrado a lo largo de la vida a esperar una recompensa cuando hacemos lo mismo que los demás y un castigo cuando no nos conformamos. Esta necesidad de imitar se ve potenciada por la ansiedad, porque, como señalaba Freud al final de su vida,

la ansiedad es la expresión de la irrupción de impulsos antisociales procedentes del inconsciente, que pueden llevarnos a cometer acciones socialmente desaprobadas, y la mejor manera de evitarlo es rehuirlas y conformarse aún más. Erich Fromm describe este mecanismo neurótico como «conformidad del autómata» y Karen Horney lo llama «sumisión neurótica». El motivo subyacente puede expresarse con estas palabras: «Soy exactamente igual que tú, y seré como tú quieras que sea, así me amarás y no me odiarás.» Otros psicólogos han demostrado que la ansiedad lleva a un estrechamiento del campo de atención, la llamada «visión de túnel»; cuando la gente está ansiosa es incapaz de atender a la situación total y de actuar racionalmente, y hace impulsivamente lo primero que se le ocurre, que suele estar determinado por lo que hacen los otros en ese momento. De ahí el contagio del pánico en una multitud presa de excitación, que también está condicionado por el hecho de que la ansiedad conduce a una regresión a formas de conductas más primitivas.

Es evidente que los movimientos de masas que hacen proselitismo o incluso el Dios del converso son patrones celosos; el futuro converso es un hombre o una mujer que está solo y que, por tanto, necesita de un Dios o de un cuerpo colectivo con el que se pueda fundir y en el cual pueda perderse para olvidarse así de la pequeñez, la falta de sentido y la pobreza de su existencia como individuo aislado. Los viejos lazos, allí donde existan, tienen que ser cortados; John Bunyan dice:

> Primero tengo que condenar a muerte a todo aquello que pueda ser llamado con propiedad una cosa de esta vida, rechazarme incluso a mí mismo, rechazar a mi esposa, a mis hijos, despreciar mi salud y mis diversiones y rechazar todo como si hubiese muerto para mí, como si yo estuviese muerto para ellos... Separarme de mi mujer y de mis pobres hijos ha sido muchas veces como si me arrancasen la carne de los huesos, especialmente mi pobre hijo ciego, que estaba más cerca de mi corazón que todos los demás. Pobre hijo mío, pensaba, qué penalidades no tendrás que sufrir por vivir en este mundo. Serás golpeado, tendrás que pedir limosna, pasar hambre, frío, desnudez y mil calamidades, aunque ahora no podría resistir que estuvieses expuesto al viento. Pero tengo que dejarte a la buena de Dios, porque queda poco para que te abandone.

Se dice que cuando San Bernardo predicaba, su influencia era tan grande que las madres ocultaban a sus hijos y las mujeres a sus maridos para que no los arrastrara tras sí. De hecho, desbarató tantos hogares que las mujeres abandonadas tuvieron que fundar una comunidad de monjas. Pero, después de todo, fue el propio Jesucristo quien dijo, con palabras que recuerdan tristemente lo sucedido en nuestros días, «... el hermano entregará a la muerte al

hermano, y el padre al hijo: y se levantarán los hijos contra los padres, y les quitarán la vida». El amor fraternal por todo, como señaló Confucio, disuelve la familia, que es el bastión frente a los movimientos sociales de tipo político o religioso.

La conversión religiosa, considerada desde un punto de vista psicológico, puede tomar la forma de llenar un vacío causante de insatisfacción, en cuyo caso proporciona, por así decirlo, la pieza que faltaba en el rompecabezas; o puede tomar la forma de una substitución de una pieza por otra que ha estado dormitando durante años, como sucedió en el caso de San Pablo. Está claro que en la medida en que la conversión tiene éxito, modifica las creencias y acciones del individuo, pero no habría «arraigado» si las nuevas creencias no hubiesen estado conformes con su personalidad básica. El converso es de hecho un hombre o mujer que busca el sistema de creencias que le integre más estrechamente en lo que él o ella considera la realidad. No existe coacción en su conversión y el maestro es la ocasión y no la causa de la misma. En cuanto a las campañas multitudinarias del predicador, son en su mayor parte exhibiciones de histeria colectiva y, como comprendió Wesley, tales efectos suelen ser harto fugaces a no ser que se actúe posteriormente para consolidar los resultados obtenidos. Las acciones que emprendió Wesley para conseguir esto se detallan en otro lugar. Sus campañas fueron, sin lugar a dudas, un movimiento sinceramente religioso, con un plan de acción coherente; como la religión de los negros americanos, ayudó a mitigar el descontento de las masas, para las que ocupó el lugar de la acción política que, en otro caso, podría haber sido la protagonista. Pero, en general, este tipo de campaña requiere un auditorio crédulo, compuesto de gente pobre, que cada vez es más raro en un estado de bienestar en el que la indiferencia hacia la religión es norma general; pues ya se dijo, y con toda verdad, que es más fácil que un camello pase por el ojo de una aguja que un rico entre en el Reino de Dios.

No hemos querido infravalorar en este capítulo el factor de la histeria colectiva en las formas más primitivas de religión. Pero, como conclusión, merece la pena señalar que los elementos emocionales e involuntarios que destaca Huxley en el caso del vudú y que utiliza Sargant en su *Battle for the Mind* para defender la tesis de que es fácil manipular a la gente, pueden ser interpretados de un modo bastante diferente. Las pruebas aportadas por personas más cualificadas en este terreno que Huxley o Sargant nos inducen a pensar que esas actuaciones tienen un carácter mucho más convencional y deliberado de lo que puedan parecerle al observador no iniciado. En efectos son «actos» basados en la imitación y en la

tradición. El libro de Erving Goffman *The Presentation of Self in Everyday Life*, referirse al trabajo de Alfred Metraux, principal autoridad en la materia sobre la religión vudú, dice lo siguiente sobre la supuesta espontaneidad de los celebrantes:

> Al leer sobre casos de personas de las Indias Occidentales que se convierten en el «caballo» o son poseídas por algún espíritu vudú, es interesante aprender que el poseso es capaz de dar una imagen correcta del dios que ha entrado en él, gracias, como dice Métraux, «al conocimiento y a los recursos acumulados a lo largo de una vida dedicada a visitar a las congregaciones del culto»; que el poseso guarda justamente la relación social correcta con los asistentes; y que la posesión se produce en el momento oportuno durante la ceremonia, realizando el poseso sus obligaciones rituales hasta el punto de participar en una especie de parodia con personas poseídas a la vez de otros espíritus. Pero al aprender esto, es importante ver que esta estructura contextual del papel del caballo todavía permite que los participantes en el culto crean que la posesión es un hecho real y que las personas son poseídas al azar por dioses que no pueden elegir.

Por eso, estas actuaciones, y sin duda otras de la misma índole, son más superficiales de lo que sugiere Huxley y no pueden utilizarse en apoyo del argumento de que cualquier grupo de filósofos expuestos al rítmico sonido de los tam-tames de los «vuduistas haitianos» acabarían «brincando y aullando con los salvajes». Sin embargo, la influencia del ritmo en la mente humana será estudiada con más detalle más adelante.

10. Confesiones y adoctrinamiento

A estas alturas ya comenzamos a entrever qué clase de criatura es en realidad el hombre o la mujer normal, lo cual es importante, porque si partimos de supuestos falsos cerca de lo que vagamente se describe como «naturaleza humana», nos quedaremos perplejos ante cosas que en realidad no son más que fenómenos absolutamente comunes y buscaremos prolijas explicaciones para lo que no requiere de ellas. La idea del hombre que casi todos nosotros, a pesar de todas las pruebas en contra, todavía tenemos, es una reminiscencia tanto del individualismo y del racionalismo del siglo XVIII como de las esperanzas del Renacimiento, y creemos que ser humano civilizado es un individuo aislado, único en su «yoidad», que busca a los demás para el amor o la compañía pero que es esencialmente independiente de ellos, que intercambia relaciones —es decir, él hace algo por su vecino y éste se lo devuelve haciendo algo a su vez por él, pero los dos permanecen básicamente inalterados en el proceso— y que, por encima de todo, salvo en lapsos lamentables pero breves de impulsividad, es un ser razonable. «Yo soy yo» parece una de las verdades más fundamentales. Incluso Freud, que demostró mejor que ningún otro científico no sólo que el hombre es en gran parte irracional, sino que un aspecto muy grande de su personalidad permanece siempre fuera de su conocimiento, se adhirió a la imagen del hombre como átomo

social duro y circunscrito que, como los átomos-bola de billar de Dalton, choca con los otros átomos y a veces se asocia con alguno, aunque permanece siempre inalterable. El átomo moderno, sin embargo, se compone de muchas subpartículas, cada una de las cuales es un torbellino de energía en vez de un objeto en el sentido que se le da al término: cada una de estas partículas se puede detectar de varias formas (por el rastro que dejan en una cámara de niebla, por ejemplo), pero si tratamos de localizarlo rígidamente en el espacio estaremos en la misma situación que el Oso Pooh de A. A. Milne cuando busca a Piglet: cuanto más miramos menos lo vemos. Lo mismo sucede con la imagen moderna de la personalidad; también ella es un centro de energía, «el centro de reunión de todas las relaciones» como la ha descrito Carlo Levi. Su núcleo es aquella parte que se formó con las primeras relaciones familiares, y alrededor de ese núcleo están los subcentros que han surgido en épocas posteriores de la vida de acuerdo con los demás conjuntos de relaciones que hemos formado y seguimos formando. Según que uno u otro de estos centros se active más que los demás, el comportamiento puede variar notablemente (nos mostramos tímidos en una situación social, atrevidos en otra) aunque la persona sigue siendo fundamentalmente la misma, al igual que el deuterio y el tritio, los isótopos del hidrógeno, tienen propiedades notablemente diferentes de la forma básica sin dejar de ser la misma sustancia. En una palabra, la gente es mucho más variable de lo que se acostumbraba a suponer, los límites de la personalidad están mucho más vagamente definidos, y puede incluso suceder que ciertos procesos patológicos como una enfermedad orgánica del cerebro o la demencia de la esquizofrenia crónica provoquen la casi total desintegración de la personalidad, de la misma manera que el radio se transforma lentamente en plomo. El que un proceso como el lavado de cerebro pueda destruir la personalidad y crear algo que sea significativamente nuevo, el que pueda realmente «borrar por completo la pizarra» y escribir luego en ella algo totalmente distinto, es una cuestión que sigue en el aire y, en cualquier caso, dudosa. Lo cierto es que aunque es imposible transformar el plomo en radio, en algunos casos sí se puede devolver a su estado original a un paciente en franca regresión y aparentemente demente, siempre y cuando no existan trastornos orgánicos en el cerebro.

La conciencia del yo surge de los mensajes recibidos del entorno material, de las sensaciones dentro de nuestros propios músculos que nos informan de cambios en el espacio, del sonido de nuestra voz, y por encima de todo, de la forma en que reaccionan otras personas frente a nosotros mismos; en un sentido real, el yo

está formado por las apreciaciones reflejadas de los demás y por los roles que tienen que desempeñar en los diversos grupos sociales. No es que nos limitemos a *tener* experiencias, sino que *somos* nuestras experiencias. «Por su constante comparación con otras entidades observadas en otras personas, se entreteje un yo empírico y se le confiere una estructura permanente», dijo Gardner Murphy, y este yo «supone una relativa continuidad desde la cuna hasta la tumba, recibe un nombre, una posición social y un sentido de la responsabilidad, y en torno a él se van agregando con el tiempo las metas, los valores y normas e ideales que le dan un sentido intencionado de continuidad a la vida». Pero la continuidad es relativa y depende en grado variable de la persistente y consistente continuidad de los estímulos procedentes de nuestro entorno exterior e interior, y cuando éstos son modificados (como cuando una glándula comienza a funcionar más deprisa o más despacio, o cuando cambia radicalmente el entorno social o incluso el físico) el yo puede verse sacudido hasta el núcleo. La enfermedad del mixoedema en la glándula tiroides puede reducir al paciente a un estado de cuasi-imbecilidad; una habitación aislada de sonidos puede inducir alucinaciones al interrumpir los mensajes del entorno físico; y un cambio en el entorno social saca a relucir facetas del carácter bastante diferentes. Porque los conjuntos de metas, valores e ideales que en cierto sentido pertenecen al yo no siempre son mutuamente consistentes; no podemos mostrar todos nuestros roles potenciales al mismo tiempo y en interés de la coherencia existen sistemas que, creados en algún momento de la vida, han sido reprimidos para luego recobrar su vitalidad súbitamente con un cambio de circunstancias. Nuestros otros yo pueden convertirse en protagonistas y las fantasías hace tiempo olvidadas tornarse realidad: Saulo se puede convertir en Pablo, y Gauguin, el banquero, puede abandonar a su respetable familia para convertirse en el artista vagabundo de Tahití. El yo nuclear, salvo raras excepciones, persiste, pero se manifiesta a través de nuevos canales, y aunque ciertos actos puédan parecer incongruentes con nuestra conducta habitual, siempre habrá una especie de organización subyacente. El cambio de circunstancias que ocasiona estas transformaciones no tiene por qué producirse siempre en el entorno externo; puede también radicar en un distinto modo de percibir el entorno y de percibirse a uno mismo. Esto puede suceder de un modo espontáneo o ser provocado mediante psicoterapia, pues como ha observado Carl Roger, a medida que se altera la percepción del yo con la terapia, se altera el comportamiento:

> ...hemos observado que se producen cambios adecuados en el comportamiento cuando el individuo adquiere una visión distinta

de su mundo de la experiencia, incluido él mismo, y que este cambio en la percepción no tiene por qué depender de un cambio en la «realidad», sino que puede ser producto de una reorganización interna.

La personalidad es en gran parte una cuestión del comportamiento derivado del rol, pero es aún más una cuestión de percepción del *rol* y de autopercepción a la luz del rol, de forma que la representación continua de un papel, con sus motivos apropiados, puede hacer que el individuo se convierta en lo que en un principio simplemente quería aparentar. Una mujer, por ejemplo, que trabaje muchas horas al día de vendedora puede que descubra que amplias zonas de su vida social han sido penetradas e influidas por los puntos de vista característicos de su profesión; y en lo que respecta al observador, descubrirá que el hecho de ver a menudo a la gente en determinadas situaciones específicas hace que la juzguemos en gran parte desde el punto de vista de la forma en que actúan dentro de esas esferas concretas. Tales juicios son, por lo general, bastante acertados, porque las esferas de acción observadora son relativamente limitadas y los individuos están desempeñando sus roles con relación a ellas, pero sería erróneo suponer que carecen de otras potencialidades porque su comportamiento sólo sea congruente con esas situaciones específicas. A menudo olvidamos que una persona puede mostrarse honesta y deshonesta, tímida y atrevida, agresiva y sumisa, según el papel concreto que desempeñe en cada circunstancia. El autor recuerda a un joven reservado, neurótico e hipocondríaco que en una expedición montañera permanecía siempre al margen del grupo, sin hablar apenas con nadie en el campamento. Sin embargo, durante el descenso cayó una espesa niebla y toda la expedición quedó perdida en la ladera de la montaña; ese mismo joven asumió entonces el control total de la situación y comenzó a impartir órdenes seguras y tajantes al resto del grupo, incluyendo al hasta entonces jefe, el cual obedecía impotente; conservó la calma en los momentos de máximo peligro, increpando a los indecisos y obligándolos a obedecer sus órdenes, hasta que toda la partida llegó a un lugar seguro. Una vez en la base, rompió en sollozos histéricos, regresando luego a su anterior personalidad.

El hecho es que aunque la mayoría de la gente cree conocerse bastante bien, sólo han experimentado un número limitado de situaciones y no tienen la menor idea de cómo se comportarían ellos o sus mejores amigos en circunstancias completamente distintas. ¿Cómo nos conduciríamos en un campo de concentración, o, bajo el influjo del tamboreo vudú o en un revival evangélico? Sin haberlo experimentado, no podemos saberlo. El mando del

ejército americano, hasta que tuvo los informes británicos y turcos, tampoco pudo hacerse una idea de cómo se iban a comportar sus soldados en los campos de prisioneros de guerra coreanos cuando fuesen sometidos a adoctrinamientos políticos por los chinos, porque la situación era totalmente nueva en la historia de la guerra. En guerras anteriores, la conducta de los capturadores sólo había servido, por lo general, para unir más aún a los prisioneros, a pesar de otros factores ideados para minar la moral; pero el intento deliberado de cambiar las opiniones políticas de los prisioneros, aunque no del todo nuevo, nunca se había realizado con tanta tenacidad y a semejante escala. Tratándose de gente que ha estado sometida a circunstancias insólitas, es necesario pensárselo dos veces antes de calificar su comportamiento de «normal» o «anormal» mientras no dispongamos de alguna escala de comparación.

También se ha demostrado que la idea de que la gente puede interaccionar y permanecer virtualmente inalterada por el proceso es falsa, y que los límites del yo están mucho más vagamente definidos de lo que se creía antes y se hacen aún más vagos durante las experiencias místicas, bajo la influencia de las drogas o cuando la persona se sumerge en una multitud. Al igual que un electrón, el yo «real» puede ser observado en acción pero es difícil localizarlo con precisión. La sugestionabilidad y el mimetismo están presentes en grado variable en todos los seres humanos, en parte porque desde la infancia se nos ha acostumbrado a recibir una recompensa por hacer lo mismo que los demás y hacer lo que se nos dice, y en parte porque en ausencia de normas fuertemente interiorizadas se hace necesario modelar nuestro comportamiento ya sea recurriendo a la tradición o imitando el comportamiento de los demás. Pero en la mayoría de la gente, el super-ego, con sus normas interiorizadas, tiene hoy menos validez que antes, pues en la actualidad nos vemos enfrentados, en una sociedad que cambia rápidamente, con situaciones totalmente imprevistas, y ya no es posible vivir según las normas tradicionales. De ahí la idea de que en una sociedad de masas nos «orientamos hacia los otros», como con toda probabilidad lo han hecho la mayoría de los seres humanos desde los albores de la historia.

Con el surgimiento de las clases medias, la sociedad adoptó la forma de unidades de diversos grupos primarios que condujo a una cierta variedad de comportamiento y a una resistencia a las presiones externas cuando éstas no armonizaban con las opiniones del grupo, mientras que en la sociedad de masas el comportamiento es, según se afirma, mucho más homogéneo. Aunque la tesis es dudosa, se ha argüido que esto conduce a una mayor

sugestionabilidad hacia las opiniones de las élites de poder y a un intento deliberado por parte de éstas de hacer que la gente se conforme, porque en una sociedad cada vez más homogénea los que no se conforman se convierten en un estorbo. Ciertamente se puede ver cómo ese individualismo, por lo que respecta a Europa y a América, es característico de una época histórica determinada, y no, como se acostumbraba a suponer, el estado de cosas natural. En la mayoría de los países no se ha manifestado de forma significativa, y en Europa y América sólo ha existido en los siglos posteriores al Renacimiento, pero lo que interesa es saber si está disminuyendo en la actualidad. A lo largo de la historia, la humanidad ha temido los rasgos o ideas que pudiesen suponer una fisura en el sentimiento comunitario y ha considerado la «yoidad» como una carga muy difícil de llevar. Por eso no hay que sorprenderse ante el gran número de técnicas ideadas por los diversos grupos sociales para romper la individualidad de sus miembros o la disposición con la que éstos han sido generalmente aceptados por aquellos de que se tratara. Somerset Maugham, en *Don Fernando,* dice que los *Ejercicios Espirituales* de San Ignacio de Loyola, fundador de la Orden de los Jesuitas, son «el método más maravilloso que se haya concebido nunca para lograr el control de esa cosa errante, inestable y traviesa que es el alma del hombre»; y sabemos que las tribus primitivas celebran periódicas reuniones de grupo en las que se suscitan emociones a través de danzas y tambores para así mantener las creencias religiosas y consolidar las actitudes de grupo previamente implantadas. La confesión es uno de los métodos por los que el individuo suprime las barreras levantadas por sus propios actos y pensamientos secretos, provocando una sensación de marginación del grupo; y dado el miedo y la ansiedad que suscita la conciencia de encontrarse aislado de la sociedad, no es sorprendente que mucha gente sienta una necesidad casi innata de confesarse. Cualquiera que haya viajado un poco se habrá percatado de lo frecuente que es que dos personas totalmente ajenas entre sí entablen conversación y hablen de acciones o pensamientos que nunca se habrían atrevido a confesar a aquellos que mejor conocen; y ya hemos resaltado que en las confesiones de grupo la gente suele rivalizar entre sí para ver quién ha cometido el pecado más nefando, no siendo infrecuente la mentira en este punto.

Por consiguiente, nada hay de sorprendente acerca del adoctrinamiento o del lavado del cerebro: ni en el hecho de que se hayan convertido en algo conspicuo hoy día (puesto que estamos viviendo en una época de ideologías y en muchas partes del mundo el individualismo se ha convertido en el equivalente de la herejía

en las épocas religiosas), ni en sus métodos, que han sido practicados durante siglos. Tampoco es cierto, como pronto veremos, que se hayan descubierto métodos para hacer sucumbir a la gente sometida a ellos en contra de su voluntad, pero lo dicho hasta ahora debería dejar claro que aunque algunos procedimientos exigen someter a la víctima a tensiones no naturales, muchos de ellos se limitan a explotar las tendencias que son comunes a un gran número de personas. El inquisidor opera más bien a favor que en contra de la naturaleza humana. Ni siquiera el descubrimiento de nuevas técnicas ha añadido gran cosa a la eficacia de los métodos para sonsacar confesiones *auténticas,* mientras que «el suero de la verdad», lejos de resultar útil en la práctica criminal, suele tener el efecto contrario: es útil en los casos de neurosis en los que el paciente sufre una amnesia verdadera resultante de una represión inconsciente, pero el resultado es muy otro cuando el sujeto omite deliberadamente la verdad. Según el doctor J. F. Kubis:

> Los que confesaban bajo el efecto de la droga hubiesen también confesado en circunstancias normales ante un intérprete experimentado. Es el criminal el que más se beneficia de la técnica: la información contradictoria malogra de tal manera el interrogatorio, que el especialista saldrá totalmente confuso y será incapaz de enjuiciar la validez de la historia. Y la creación de una duda acerca de su culpabilidad redunda en beneficio del culpable.

En lo que respecta al detector de mentiras, C. D. Lee, en su libro *Instrumental Detection of Deception*, demuestra de forma concluyente que a menudo es un instrumento nada fidedigno y que sus efectos son fundamentalmente psicológicos. El sujeto está impresionado por el despliegue de trazadores que oscilan con cada latido cardíaco y con cada respiración, y por consiguiente puede intimidarse y confesar, pero Lee admite que el factor primordial es la personalidad del examinador, quien tiene que tener

> ...confianza en sí mismo y en el método que emplea, capacidad de persuasión, perseverancia y una actitud benévola hacia el sospechoso. El examinador tiene que conseguir por un método o por otro que el sujeto sobrentienda que él está convencido de su culpabilidad, pues cualquier síntoma de duda por parte del examinador puede dar al traste con sus intenciones.

Los más susceptibles a las alusiones de tipo emocional son los más propensos a confesar. Por eso, los llamados delincuentes accidentales, como el motorista que se da a la fuga después de un atropello, los que matan cegados por la pasión, los delincuentes juveniles y primerizos y los pervertidos sexuales son los que más fácilmente admiten su culpabilidad, mientras que el criminal de

oficio que ha hecho del crimen su profesión «plantea el único problema realmente difícil en lo relativo a la obtención de confesiones». Este libro proporciona detalles interesantes sobre los sistemas de interrogatorio policiaco en Occidente, y señala también la eficacia de recurrir a la auto-justificación de las fechorías del prisionero que éste suele guardar en su mente:

Hay que sugerir que ha tenido que haber una buena razón para que cometiera la fechoría, que él es demasiado inteligente para haberla cometido sin razón alguna. En el caso de crímenes sexuales, se debe explicar que el apetito sexual es uno de los instintos más fuertes que motivan nuestra vida. En el caso de un robo, se debe sugerir que es posible que el sujeto estuviese hambriento o privado de lo más imprescindible; en homicidios, que la víctima le había causado mucho daño y que probablemente se lo merecía. Es útil mostrarse amigable y simpático y animarle a relatar o a escribir toda la historia desde el principio —a hacer borrón y cuenta nueva.

Un ex comisario del Departamento de Policía de Nueva York dice lo siguiente:

Mi método habitual consiste en tomarle declaración al detenido en el momento de su llegada, tal y como él quiera hacerla. Al día siguiente, cuando hemos reunido información adicional, lo volvemos a interrogar, enfocando nuestras preguntas a la luz de dicha información. Analizamos entonces las discrepancias entre su primera declaración y la segunda. Luego le volvemos a examinar al día siguiente y analizamos de nuevo las discrepancias, cerrando la red en torno suyo cuando los datos reunidos muestran indicios de culpabilidad. Le hacemos hablar una y otra vez, día tras día; y, por último, si es culpable o sabe quién es el culpable del crimen, se ve obligado a capitular y contar toda la historia.

Nunca hubo nada parecido al «tercer grado». Basta con ir acorralando al sujeto hacia un rincón de la mente, siempre, claro está, que sea realmente culpable; se irá debilitando cada vez más con tal de lograr meter desde el principio una cuña. Es bastante difícil obtener una confesión si no tienes una pequeña clave para trazar la línea de los interrogatorios. Pero una vez encontrado ese punto flaco, las discrepancias en los relatos del sospechoso comienzan a ensancharse, hasta que llega a estar tan confuso y aturdido que se da cuenta que el juego ha terminado. Todas sus defensas han sido derribadas. Está acorralado, atrapado. Es entonces cuando rompe a llorar. *La tortura procede de su propia mente, no del exterior.*

El doctor Sargant comenta este discurso:

Lo único que se puede añadir es que, en esa técnica, es sabido que lo verdadero y lo falso pueden confundirse irremediablemente en la mente de ambos: el sospechoso y el examinador; y que si lo que él llama un «punto flaco» no aparece, el policía que esté decidido a obtener una confesión puede crearlo por sugestión.

En el lavado de cerebro, sin embargo, no siempre es necesaria tal sugestión, porque hay que recordar que aunque el sujeto pueda no ser culpable de ningún delito universalmente tipificado como tal, es a menudo (o incluso normalmente) culpable de *algún* delito (aunque sólo sea en el sentido de mantener creencias «equivocadas») a los ojos de su examinador. Obsérvese que en estos casos el interrogador juega con la necesidad de comprensión de su detenido y con su deseo de confesar; como todo policía sabe, el sentimiento irracional de culpa es algo tan corriente que apenas hay un crimen importante en el que la policía no se vea importunada por personas que se entregan voluntariamente y «confiesan» haber cometido un delito del que de hecho no son culpables. Los psicoanalistas saben muy bien que incluso las personas más o menos normales se sienten frecuentemente agobiadas por un sentimiento de culpa que les lleva a exagerar y a confesar faltas triviales, y a veces hasta faltas de las que no son culpables, porque el verdadero pecado de pensamiento o de obra está profundamente enterrado en su subconsciente y se remonta a los tiempos de la infancia. Un síntoma común de la melancolía es que el paciente le diga a todo el que se encuentra que ha cometido un «pecado imperdonable», sin que sea capaz de concretarlo. Por eso, como veremos, el adoctrinamiento político depende tanto de la simpatía por parte del inquisidor como de las amenazas, mientras que la tortura física desempeña un papel muy pequeño, si es que desempeña alguno.

Antes de seguir más adelante con la discusión del tema del adoctrinamiento político y lavado de cerebro es necesario hacer una distinción entre ambos procesos, que no son, ni mucho menos, el mismo. La diferencia la expresa así un destacado psiquíatra del ejército americano:

> El ejército define el adoctrinamiento como un intento de cambiar el punto de vista de un hombre regulando sus pensamientos y acciones, pero sin que deje de ser un individuo pensante. Su alcance es menor que el del efecto (lavado de cerebro) producido sobre algunos acusados vistos en los tribunales comunistas, acusados que habían sido totalmente destrozados y que no se les podía llamar ya individuos pensantes.

El término «lavado de cerebro» fue utilizado por primera vez por un periodista americano, Edward Hunter, como traducción del término coloquial *hsi nao* (literalmente, «lavar cerebro») que recogió de informadores chinos que describían su uso después de la toma del poder por los comunistas. No hay ni que decir que ningún pensador científico admitiría ni emplearía el concepto de lavado de cerebro, pues lavar literalmente el cerebro físico

no borraría los rastros de la memoria de un modo comparable a la desmagnetización de una cinta grabada; y, aparte de eso, la idea misma de eliminar recuerdos como quien «borra una pizarra» y substituirlos por datos nuevos es ridículo. Como ha señalado T. H. Pear en *The Moulding of Modern Man*, los recuerdos que originan nuestras creencias fundamentales surgen por lo general, no de una fuente única localizable en un punto concreto del tiempo y del espacio (ni siquiera en un punto concreto del cerebro), sino de condensaciones de experiencias recogidas durante largos intervalos de tiempo, años quizá, y es improbable que todo eso se pueda borrar. Salvo que se inflija un daño físico al cerebro, no hay pruebas de que un recuerdo cualquiera, ni siquiera los de importancia mínima, pueda ser destruido por completo, aunque sí reprimido, como en la amnesia histérica o «pérdida de la memoria»; y hay abundantes pruebas de que incluso los recuerdos más triviales o aquellos que no éramos conscientes de tener permanecen indeleblemente grabados en el cerebro. Por eso hay muy poca gente que sepa decir cuántos escalones tiene el primer tramo de la escalera de su casa, aunque es muy fácil que diga el número exacto cuando se la hipnotiza. En la pérdida de memoria de origen histérico, el individuo, por así decirlo, olvida lo que le conviene olvidar mediante un proceso de represión inconsciente, pero incluso esos recuerdos se pueden recuperar mediante técnicas adecuadas (descritas en otro lugar), y se recordará que el antiguo complejo anticristiano de San Pablo siguió manifestándose después de su conversión en forma de ataques histéricos. El paciente amnésico demuestra a menudo con su conducta que una parte de su mente se da perfecta cuenta del material que ha olvidado por conveniencia, pues realizará acciones que sólo tienen sentido sobre la base de que, de alguna forma, todavía «conoce» los recuerdos disociados. Sólo una lesión seria en el cerebro puede borrar la pizarra y dejarla limpia de un modo permanente, aunque sólo en ciertas zonas. Un hombre sin recuerdos es una contradicción terminológica, y los recuerdos que tenga deberá integrarlos de algún modo con el resto de su mente si no quiere enfermar mentalmente.

El comunista se hace nazi, o viceversa, porque la nueva pieza del rompecabezas encaja más o menos en el conjunto, lo que quiere decir que ambas ideologías cuadran igual de bien con su temperamento autoritario. Poco tiene que ver esto, claro está, con el caso de esas pobres sombras de sí mismos que repiten como papagayos confesionales falsas en juicios amañados, pero es extraordinario que nadie parezca haberse preocupado de admitir que, en lo que toca al adoctrinamiento político, algunos de los

conversos puede que estuvieran sinceramente convencidos de lo que les decían sus instructores. Después de todo, no hay nada intrínsecamente absurdo en el comunismo, y los cuarenta prisioneros británicos que volvieron de Corea convencidos de que el comunismo era la mejor forma de vida no eran un número demasiado impresionante (aproximadamente el 4 por 100), sobre todo teniendo en cuenta que algunos de ellos habían ido ya a Corea con esas ideas y no necesitaban que les convencieran los chinos. Es posible que una conferencia política en Gran Bretaña hubiese obtenido mejores resultados. La auténtica razón de que se desmoronaran tantos soldados americanos, como no tienen inconveniente en admitir las autoridades del Ejército, no fue la diabólica astucia de los chinos sino la falta de la disciplina y la baja moral de los americanos. Eugene Kinkead, en su libro sobre la Guerra de Corea titulado *Why They Collaborated,* lo deja bien claro:

En conjunto, en los campos de prisioneros de Corea del Norte sucedieron cosas siniestras y lamentables. La gente ha propendido a atribuírselas exclusivamente a la crueldad comunista, en especial a las misteriosas técnicas conocidas por «lavado de cerebro». Sin embargo, los oficiales que se hicieron cargo del asunto, oficiales del Departamentó de Defensa y, sobre todo, del Ejército (que dada la naturaleza de las operaciones en Corea suministró más del 90 por 100 del personal que luchó en la guerra) no podían aceptar una explicación tan simple. Por una parte, había pruebas de que el elevado índice de mortalidad (murió en cautividad el 38 por 100 de los prisioneros) no se debía en primer lugar a los malos tratos de los comunistas, sino que el motivo principal había que buscarlo en la ignorancia o en la insensibilidad de los propios prisioneros. Por otra, los prisioneros, por lo que han podido averiguar los psiquíatras del ejército, no fueron sometidos a nada que pueda llamarse con propiedad un «lavado de cerebro». Ciertamente, el trato de los comunistas a los prisioneros, aunque en ningún momento cumplió los requisitos establecidos en la Convención de Ginebra, rara vez implicó una crueldad descarada, siendo más bien una mezcla de lenidad y presión.

Las cifras que tanto preocuparon al Departamento de Defensa fueron las siguientes: de un total de 7.190 prisioneros, 2.730 murieron en cautividad por las razones que acabamos de exponer: el mayor índice de mortandad de todas las guerras en las que había participado hasta entonces los Estados Unidos; veintiún americanos cautivos decidieron quedarse con el enemigo, lo que también era un acontecimiento único; y uno de cada tres prisioneros americanos en Corea fueron culpables de algún tipo de colaboración con el enemigo. El grado de colaboración corrió desde la redacción de escritos de propaganda antiamericana y la denuncia de compañeros hasta los delitos menos graves como el de radiar mensajes navideños para sus hogares, dejando así en buen lugar

a los comunistas. Algunos cautivos se comportaron brutalmente con sus compañeros presos y en algunos casos fueron incluso culpables de su asesinato, y un cierto número fueron reclutados como agentes potenciales del espionaje enemigo para cuando fuesen repatriados. De este último grupo se descubrió a setenta y cinco que tenían códigos e instrucciones explícitas de cómo llegar a establecer sus futuros contactos, aunque tal cosa no sería realizada hasta después de un período latente para evitar sospechas por parte de las autoridades.

El primer signo de que estaba sucediendo algo peculiar se produjo cuando cuatro días después del comienzo de las hostilidades un oficial americano capturado tan sólo cuarenta y ocho horas antes radió un mensaje favorable al enemigo por la emisora de Seul. En aquel mensaje decía, entre otras cosas, lo siguiente:

> Queridos amigos; nosotros, prisioneros, os hacemos unánimemente el siguiente llamamiento: la intervención armada en los asuntos internos de Corea constituye una bárbara [sic] acción de agresión para proteger el beneficio de los capitalistas monopolistas de los Estados Unidos de América. Lucharemos a favor de lo justo y en contra de lo injusto, oponiéndonos bravamente a que nos movilicen para una guerra de tal índole contra Rusia.

Sin embargo, además de los programas radiados, que continuaron durante toda la guerra, el enemigo empezó en seguida a devolver pequeños grupos de prisioneros que habían sido adoctrinados y que llevaban octavillas de propaganda dirigidas a los que luchaban en el frente, exhortándoles a que desertaran y se pasaran al comunismo. Las familias de algunos de los prisioneros remitieron al ejército cartas escritas por éstos en un tono que no reconocían como suyo, diciendo que su mayor preocupación era el retorno a la paz internacional; y al poco tiempo del comienzo de la guerra, la prensa comunista de India, Africa del Norte, Indonesia y otros lugares empezaron a publicar una serie de artículos en los que los prisioneros elogiaban la vida bajo el comunismo.

El proceso de adoctrinamiento comenzaba inmediatamente después de la captura, cuando, para su sorpresa, los prisioneros eran recibidos por los chinos con una sonrisa, un cigarrillo y un apretón de manos. La sorpresa estaba justificada, porque los norcoreanos que habían encontrado hasta entonces, faltos de alimentos y de equipo, disparaban a menudo sobre sus prisioneros a sangre fría. Tras el apretón de manos, los captores felicitaban a sus cautivos por haber escapado de las redes del capitalismo y les repetían continuamente eslóganes como «Lucha por la paz». Cualquiera que mostrara alguna duda se topaba con la pregunta «¿Estás a favor de la paz? Claro que lo estás. Toda persona inteligente lo está. ¡Bien! Eres por tanto un verdadero luchador por la causa

de la paz. Ahora tienes una oportunidad de mostrar la firmeza de tus convicciones y luchar por la paz.» Se le pedía entonces al prisionero que firmara un documento a favor de la paz; si se resistía, se le decía que con su firma sólo suscribía un deseo universal de todos los seres humanos razonables. A muchos les parecía aquello un deseo plausible, y se les explicaba que los comunistas sólo querían que firmaran uno de esos llamamientos. La petición era en apariencia tan inocua que muchos firmaban, aunque sólo fuera para eludir el constante acoso; pero pronto se daban cuenta de que una vez atrapados en la red, era difícil escapar. Durante este período amistoso inicial los chinos trataban de averiguar lo más posible acerca de los cautivos, interesándose menos por los datos militares que por los que pudieran ser reveladores del historial civil de los cautivos, para así tener un terreno sobre el que trabajar cuando comenzara el adoctrinamiento propiamente dicho. Se le pedía al prisionero que rellenara un minucioso cuestionario impreso en un papel con membrete falso de la Cruz Roja Internacional, diciéndosele que era necesario para que la Cruz Roja China transmitiera la información a sus organizaciones hermanas. Las preguntas versaban sobre asuntos como la ocupación del padre, el presupuesto anual de la familia y el historial académico y profesional de cada prisionero, pudiendo así hacerse una idea de su *status* socioeconómico. Más tarde se le pasaban otros cuestionarios más detallados, pidiéndole también que escribiera una autobiografía; hubo prisioneros que escribieron más de tres. El proceso de adoctrinamiento parecía basarse en las técnicas más rigurosas aplicadas por los soviéticos a sus prisioneros durante la Segunda Guerra Mundial, cuando trataron de introducir la subversión mediante la formación del «Comité Alemán de Liberación». Los interrogadores chinos se habían educado casi todos en los Estados Unidos y conocían perfectamente los asuntos americanos, hasta los detalles más insignificantes de las costumbres regionales.

Los campos permanentes de prisioneros se establecieron a lo largo de la frontera de Manchuria, y estaban todos bajo la administración de una sección militar y otra política, ambas bajo la supervisión de un comandante, quien, sin embargo, rara vez se dejaba ver. Los prisioneros apenas tenían relación con los militares que los vigilaban, que no hablaban inglés; los más importantes para ellos eran los interrogadores y los instructores políticos, que sí hablaban su idioma. Cada instructor, además de desarrollar su trabajo de subversión, podía imponer o levantar castigos, hacer más soportables las tareas en el campo o endurecerlas. Los prisioneros estaban divididos en compañías de 60 a 350 hombres, y en cada campo había entre tres y siete compañías; cada compañía

estaba dividida en tres o cuatro brigadas, y éstas a su vez en batallones integrados por un número de prisioneros que oscilaban entre seis y quince. El día normal del prisionero comenzaba a las 7 de la mañana y terminaba a las 7 de la tarde; desde las 9 de la mañana hasta el mediodía y de 2 a 4 de la tarde se daban conferencias y seminarios políticos. Los que deseaban dedicar más tiempo a la lectura y que, por tanto, habían demostrado ya su docilidad, podían permanecer en la biblioteca hasta las 9 de la noche, donde había abundante material de lectura en lengua inglesa. Aparte de obras netamente comunistas (libros de autores marxistas y revistas y periódicos comunistas) se podía encontrar allí literatura de ficción de autores no comunistas, como Victor Hugo, Jack London, Tolstoi, John Steinbeck, Erskine Caldwell, Upton Sinclair y otros escritores que han tratado el aspecto más miserable del capitalismo. Las conferencias se daban en un amplio cobertizo; detrás del conferenciante había un gran estandarte con una paloma blanca de la paz sobre un fondo rojo y sobre la cual una inscripción rezaba «Gran Asamblea en Apoyo de la Paz Mundial».

En la primera parte del programa, dedicada a instilar odio contra Norteamérica, se les decía a los prisioneros que los surcoreanos habían atacado a traición a los pacíficos norcoreanos como consecuencia de las conversaciones secretas que habían mantenido el presidente Truman y Syngman Rhee, y que éstas a su vez habían sido instigadas por los capitalistas de Wall Street, que querían desencadenar la Tercera Guerra Mundial para que subieran los precios en el mercado de valores; que los chinos habían acudido en ayuda de los norcoreanos para evitar que el Norte fuese utilizado como una base para la invasión de Manchuria; y que América era un país donde el odio racial era innato, la pobreza muy extendida, etcétera.

Durante la segunda parte del programa, la enseñanza era de signo positivo y pretendía demostrar las ventajas de las «nuevas democracias» bajo el comunismo, comparadas con los «viejos estados de la reacción» bajo Chiang Kai-shek y otros. El mando del ejército americano admitió que el proceso de adoctrinamiento se vio propiciado por la ignorancia de los cautivos, muchos de los cuales sabían muy poco acerca del comunismo y poco más acerca de la historia de su propio país.

Las técnicas concretamente empleadas por los instructores fueron los viejos métodos de repetición, acoso y humillación. La repetición suponía la memorización de panfletos comunistas sobre los que se examinaba a los prisioneros un día sí y otro no, se les hacían preguntas sobre el tema y no se les permitía leer otra

cosa mientras tanto. Muchos de los repatriados podían recitar de memoria pasajes enteros y discutir sobre los principios de Lenin y Stalin con gente mucho más erudita que ellos. Al menor síntoma de distracción, de falta de cooperación o de incapacidad para responder correctamente se aplicaba la técnica del acoso. El prisionero que no sabía responder a una pregunta era enviado a la comandancia del campo, donde recibía una larga reprimenda por no haber prestado atención y no recordar lo que se le había dicho. Esa misma noche se le volvía a llamar, quizás a medianoche, y se le volvía a sermonear, y al día siguiente se le hacía salir de las letrinas para que fuese inmediatamente a escuchar otra vez la misma historia, historia que le podían volver a repetir a las dos de la madrugada, sacándole de su sueño con tal fin. Cuanto más sumiso se mostrara un prisionero y más «progresistas» fuesen sus tendencias, más se le acosaba para que cediera todavía más; más adelante hablaremos de la diferencia de trato para con los «progresistas» y los «reaccionarios». La tercera técnica, la humillación, estaba ideada fundamentalmente para enemistar a un prisionero con el resto de sus compañeros. Por ejemplo, durante una clase de adoctrinamiento, un prisionero señaló que si, como había dicho el instructor, Corea del Sur había empezado la guerra, era absurdo que los norcoreanos hubiesen llegado a las puertas de Seul, cuarenta millas al Sur, después de un solo día de lucha. El instructor se puso furioso y, tras decirle que era un estúpido y un loco ignorante, preguntó cómo era posible que el resto de la clase conociera la respuesta y él no. El prisionero se negó a retractarse y exigió una respuesta, y el instructor reaccionó mandando que se pusiera en pie toda la clase y que permanecieran todos firmes hasta que aquel hombre retirara su objeción. Después de varias horas de estar a pie firme, los otros prisioneros comenzaron a murmurar en contra del objetor, quien finalmente claudicó ante la presión moral a la que se le sometía. Al día siguiente, el prisionero tuvo que redactar y luego leer en clase una larga crítica de su propia conducta, en la que pedía perdón a la clase y al instructor, teniendo que repetir la misma operación durante los cuatro o cinco días siguientes. Sus compañeros de clase tenían que criticarle a él, y él, a su vez, tenía que hacer la crítica de sus compañeros. De criticar así a sus compañeros a informar sobre ellos sólo había un paso, y los incidentes de esa índole provocaban el caos y favorecían la implantación de un sistema de confidentes. Se enfrentaban los prisioneros entre sí y éstos sin poder fiarse de nadie, con el resultado de que, a pesar de que era su obligación hacerlo, ni uno solo se fugó de los campos prisioneros.

Los interrogatorios constituían la otra técnica importante para la manipulación de los prisioneros; se utilizaba tanto para obtener información militar como para facilitar la labor de adoctrinamiento, aunque este último fin predominaba sobre el primero. Aquellos que se dejaban adoctrinar lentamente, o que eran requeridos para algún acto concreto de colaboración o de información, eran sometidos frecuentemente a interrogatorios que duraban varias semanas, hasta que capitulaban o los dejaban por imposibles. En contra de la Convención de Ginebra, que establece que un hombre sólo está obligado a dar su nombre, sus apellidos y su graduación, la fecha de su nacimiento y su número de cartilla, y que no se puede hacer uso de violencia física, tortura mental ni ninguna otra forma de coacción para obtener información, los interrogatorios de los comunistas hicieron frecuente uso de la coacción para obtener toda la información posible. Fue frecuente el que los interrogadores les recordasen a los prisioneros que podían ser fusilados y que los amenazasen con torturas físicas, aunque nadie fue de hecho fusilado ni torturado por negarse a colaborar. (Las autoridades del ejército americano, quizás algo ingenuamente, no consideraban que el permanecer a pie firme en un palmo de agua, el estar inadecuadamente vestido, el recibir patadas y bofetadas o el confinamiento en una celda aislada constituyesen tortura en el sentido ordinario de la palabra, pues, la tensión emocional que producían era del mismo orden que la que podía sufrir un soldado combatiendo en plena batalla.)

El jefe de los interrogadores era en cada caso un oficial culto con dominio del inglés, que iniciaba el interrogatorio depositando su pistola sobre la mesa. Uno de sus asistentes, que a menudo era una mujer, traía entonces una gran carpeta con el nombre del prisionero escrito en ella, algunos papeles con la inscripción de «Secreto» o «Muy secreto», que se suponía que eran informes, y un montón de manuales del ejército de los Estados Unidos. Se le decía al prisionero que la carpeta contenía abundante información sobre su persona y se le aseguraba que los llamados informes secretos habían sido remitidos desde los Estados Unidos por simpatizantes o militantes comunistas, siendo prueba evidente de que el pueblo americano no quería que la guerra continuase y que la administración Truman tenía intenciones agresivas para con el resto del mundo, especialmente contra Rusia y China. A continuación, el interrogador revelaba algunos de los datos que sabía sobre la propia unidad del prisionero o sobre otras unidades, así como sobre el ejército de los Estados Unidos en general, haciendo creer así al prisionero que lo que él pudiese decir no tenía importancia y que se le preguntaba más que nada por una

cuestión de rutina. Mientras tanto, se grababa todo lo que el prisionero decía y se le observaba a través de espejos que permitían la visión desde el otro lado.

Las sesiones duraban un tiempo indefinido, unas veces eran breves y otras largas, y no parecía que la duración de la sesión guardara relación alguna con la cantidad de información que el prisionero estaba dispuesto a proporcionar; la intención evidente era mantenerlo en un estado de tensión y duda. A veces, se retenía más tiempo a un prisionero para alimentar la angustia de los que esperaban su turno, o se les dispensaba a los diez minutos para volverlos a llamar a la hora. El tono áspero de voz servía también para atemorizar al prisionero e impresionar a sus compañeros, a quienes el interrogado les relataba su experiencia al volver a los barracones. Los datos mencionados por los interrogadores los obtenían principalmente de los cuestionarios que habían rellenado los prisioneros al poco tiempo de su captura, y los expedientes secretos eran falsos. Después de cada sesión, el interrogador le entregaba a menudo un interrogatorio personal y le ordenaba rellenarlo con todo detalle; se dejaba entonces solo al prisionero en la habitación del interrogatorio, informándole que podía tomarse todo el tiempo que quisiera y que tenía que escribirlo todo, por trivial que fuera, sobre su vida pasada. Algunos escribieron hasta quinientas páginas, haciendo una descripción de sus vidas, de sus familias, amigos y de sus experiencias en el ejército, todo lo cual se usaba como guía para profundizar en posteriores interrogatorios.

Las comunicaciones con sus hogares también fueron utilizadas para presionar sobre los prisioneros, y el correo tenía otros fines que los habituales. Como las cartas de casa podían elevar la moral de los cautivos, a menudo eran secuestradas para que los hombres se sintieran inseguros y aislados al ver interrumpidas sus relaciones con amigos y familiares. Las cartas que reflejaban un estado de depresión llegaban a sus destinatarios, mientras que las que no convenían a los planes de los comunistas eran simplemente destruidas. Si algún prisionero levantaba una queja, un comunista «amigo» se ofrecía a investigar el caso y, al cabo del tiempo, le entregaba unas cuantas cartas, lo cual era un motivo para que el prisionero se sintiera agradecido. Como las cartas no eran censuradas conforme al método normal, los hombres se inclinaban a creer que no existía censura y que la ausencia de correo era debida a los bombardeos americanos o al poco interés de las familias, mostrándose resentidos con ambos. No se recibían nunca periódicos, revistas, libros ni paquetes, por ser cosas que podían restablecer el contacto con el hogar. Cuando los prisioneros querían comunicarse

con sus amigos o con sus hogares se les animaba a hacerlo a través de programas radiados en los que tenían que expresar sus deseos de paz; o si se les permitía enviar telegramas, era a condición de que el texto contuviese mensajes de propaganda.

Estos y otros aspectos de las técnicas empleadas por los comunistas consiguieron indiscutiblemente evitar los resentimientos contra los chinos; en agudo contraste con la política japonesa durante la Segunda Guerra Mundial, que, como en la mayoría de las guerras o incluso en grado mayor, no sólo hizo que los prisioneros odiaran al enemigo sino que además fomentó la unión y la solidaridad frente a él. Los chinos parecían obrar con lenidad y empleaban una psicología práctica para manejar el resentimiento de los prisioneros, desviándolo lejos de ellos mismos contra otros objetos. Muchos prisioneros, al volver a casa, declararon que los chinos les habían tratado como mejor habían podido, y llegaban a expresar su sincera gratitud por el trato recibido.

Psicológicamente, los prisioneros caían en cuatro categorías: primero estaban los colaboradores sinceros, aproximadamente el 13 por 100 del total, que carecían de la integridad moral para resistir la más ligera presión y capitulaban a veces en un plazo muy corto, como, por ejemplo, tras un interrogatorio no demasiado intenso de 35 minutos de duración; en segundo lugar estaban los oportunistas, que cedían por razones estrictamente personales y egoístas y que informaban, radiaban mensajes o firmaban peticiones a cambio de favores, por pequeños que fuesen: libertad para salir a pasear fuera del campo, cigarrillos, o un huevo de más en el rancho. En tercer lugar, el grupo más numeroso, que incluía a las tres cuartas partes del número total de prisioneros; eran aquellos que habían elegido el camino de menor resistencia, cumpliendo en apariencia, radiando mensajes relativamente inofensivos y cooperando con los programas de adoctrinamiento de un modo pasivo, sin hacer nada que constituyera una traición obvia. Esta complicidad superficial era descrita por los prisioneros como «mantener la cabeza fría». El cuarto y último grupo, que también era el más pequeño, estaba constituido por los que aceptaban realmente el comunismo. La mayor parte de ellos parecían ser hombres que, por diversas razones, no habían conseguido establecer lazos o lealtades permanentes. Eran los fracasados y los indecisos los que pensaban que el comunismo podía ofrecerles lo que no les había ofrecido su país natal. Los que no colaboraban, los llamados «reaccionarios», fueron aproximadamente los mismos en número que los colaboradores natos, es decir, un 13 por 100 Los «reaccionarios» eran aquellos que nunca proporcionaron más información que la que establece como obligatoria la Convención

de Ginebra, pudiéndose subdividir en dos grupos: el primero estaba formado por aquellos que tenían un largo historial, incluso en su país, de resistencia a la autoridad de cualquier tipo. Solían tener malos informes en sus hojas de servicio y en cautividad se limitaron a reincidir en sus antiguos esquemas de rebelarse contra cualquier autoridad. El segundo grupo estaba compuesto por aquellos individuos maduros y bien integrados, con su fuerte sentido del honor personal, que a menudo se valían del respeto que infundían a los otros prisioneros para sabotear los programas de adoctrinamiento. Los «reaccionarios» eran descritos por los chinos como «soldados profesionales ignorantes y tozudos». Se les hacía trabajar duramente, pero una vez descubierto su carácter, se les dejaba por lo demás en paz. La actitud comunista la ilustra el relato de un soldado que al contestar a la pregunta de qué opinión le merecía el general George Marshall diciendo que «el general Marshall es un gran soldado americano», fue derribado al suelo de un culatazo. La segunda vez que se le hizo la misma pregunta volvió a responder igual; pero esta vez no fue agredido, y se le dejó solo durante los tres años que duró su cautiverio.

El comportamiento de los soldados británicos se investigó mediante una encuesta llevada a cabo por el Ministerio de Defensa, que publicó los resultados en un folleto titulado *Trato dado a los prisioneros de guerra británicos en Corea* (1955). El informe revelaba que de un total de unos 980 prisioneros, uno había decidido quedarse atrás, pero dos tercios de los soldados, y un número aún menor de suboficiales, no había hecho nada que pudiera ser descrito como colaboración con el enemigo. Ningún oficial ni suboficial veterano cedió; como ya mencionamos, sólo un 4 por 100 volvió convencido de las ideas comunistas, y de éstos, muchos tenían esas ideas antes de ir a la guerra. El Ministerio resaltaba una característica del programa comunista que había estado ausente en el caso de los prisioneros de guerra americanos; la avalancha de propaganda dirigida por los simpatizantes del comunismo en nuestro país a las familias de los prisioneros. Con frecuencia se les ofrecía información sobre sus hijos o maridos a cambio de su presencia en mítines antibélicos, brindándose incluso a correr con los gastos de desplazamiento de los familiares.

Hay que comparar los informes americanos con los que acabamos de citar y con informes turcos que muestran que, de un total de 229 hombres, apenas uno solo fue culpable del más mínimo delito de colaboración. Aunque casi la mitad de los prisioneros fueron heridos antes de ser capturados, no murió ninguno en cautividad. En un campo provisional, en el que no murió ninguno de los 110 prisioneros turcos, los americanos perdieron entre 400

y 800 hombres de un total de entre 1.500 y 1.800 internados. La explicación americana de estos resultados fue que la cadena del mando turco no llegó a romperse; un oficial turco hacía el siguiente relato de la actitud general:

Le dije al comandante chino del campo que, como constituíamos una unidad, yo estaba al cargo del grupo. Si quería que se hiciese alguna cosa, tenía que acudir a mí, y yo vería de que se hiciese. Si me eliminaba, la responsabilidad no recaería sobre él, sino sobre mi inmediato inferior y de éste pasaría al siguiente en la jerarquía y así sucesivamente, hasta que sólo quedaran dos individuos con la misma graduación, en cuyo caso tomaría el mando el de mayor antigüedad en el servicio. Podían matarnos, le dije, pero no podrían obligarnos a hacer lo que no queríamos hacer. Nuestra salvación dependía de la disciplina, y todos los sabíamos. Si un turco hubiera replicado la orden de un superior para que compartiera su rancho o recogiera algo del suelo de la forma en que, según tengo entendido, lo hacían algunos de sus hombres [esto es, los americanos], se habría quedado literalmente sin dentadura. Y el castigo tampoco se lo habría proporcionado un superior suyo, sino el turco que más cerca estuviese de él.

Los turcos no se libraron del adoctrinamiento, y de hecho se convirtieron en un objetivo especial, pero cuando un chino trataba de explicar el comunismo a través de un intérprete, tanto éste como aquel se acababan haciendo un lío con las ridículas preguntas que se les formulaba. Los chinos importaron entonces un turco que había vivido en Rusia, pero viendo el asunto tan complicado, desapareció de repente. Fue substituido por Monica Felton, la dirigente inglesa de la Asamblea Nacional de Mujeres, quien, a los pocos días, recibía un documento insultante en el que se decía (en efecto) que se marchara a otro sitio con sus doctrinas izquierdistas. Otros dos, uno de ellos prisionero americano que hablaba el griego y el turco y que fue uno de los que se quedaron en China, también fracasaron y cejaron en su intento. Como señalaba el Coronel Perry, veterano oficial americano:

No hay forma de obligar a un grupo, a través de métodos masivos de presión psicológica, a hacer algo que está firmemente dispuesto a no hacer. La resistencia masiva siempre triunfa en esos casos.

Las conclusiones a extraer de este estudio pueden resumirse en la forma siguiente:

1. En la medida en que el término «lavado de cerebro» tenga algún significado, ninguno de los prisioneros de guerra en Corea fue sometido a él.

2. Fueron, sin embargo, sometidos a un adoctrinamiento político intensivo, que causó cierta sorpresa, e incluso alarma, más que

nada porque nadie hasta entonces había ensayado nunca un método semejante a una escala tan elaborada.

3. Cualquiera que fueran los resultados obtenidos, el factor principal fue más la escasa moral de los propios prisioneros que cualquier método de los que emplearon los chinos.

4. Los métodos empleados, aunque inspirados en los métodos rusos, no tuvieron nada que ver con un empleo deliberado de las técnicas de Pavlov, aunque se puede decir que en los países que no conocen otra escuela de psicología, los puntos de vista de una persona sobre ese tema tienden a estar matizados por la teoría pavloviana.

5. Lejos de que les «lavaran» el cerebro, los prisioneros se comportaron fundamentalmente según su carácter: los inadaptados se hicieron comunistas, los bien integrados e inteligentes siguieron igual que estaban, y los resentidos (o «malas pulgas», para emplear un término más expresivo) mostraron el mismo resentimiento hacia sus captores que habían mostrado previamente hacia sus propios oficiales.

6. Cuando los prisioneros decían que los chinos les habían tratado «lo mejor que habían podido» querían decir exactamente eso, aunque no comprendían que la política de los chinos trataba deliberadamente de orientar la agresión de los prisioneros contra su propio gobierno y contra sus compañeros presos para sembrar la discordia.

7. Cuando se dice que muchos inadaptados se hacen comunistas, no se quiere decir que todos los comunistas sean unos inadaptados; se trata de una afirmación basada en el hecho observado de que aquellos que se integran en grupos minoritarios suelen ser inadaptados a su propio grupo, y éste no tiene nada que ver con la «bondad» o la «maldad» de las opiniones expresadas. En un país predominantemente comunista, la mayoría de los comunistas no son, desde luego, inadaptados.

8. En cualquier forma de persuasión, desde la más suave a la más severa, es regla que aquellos que se niegan a cooperar desde un principio no corren ningún peligro, mientras que los que muestran el mínimo indicio de hacerlo están perdidos.

9. Los métodos empleados, aunque más expeditivos, no eran psicológicamente diferentes de los que utilizan las fuerzas policiales en Occidente. Para conocer los métodos de la policía británica, véase el libro de Ludovic Kennedy *Ten Rillington Place* (Pan Books), especialmente los capítulos 6 y 7.

11. El lavado de cerebro

El informe de Kinkead sobre el adoctrinamiento político en Corea ha sido criticado principalmente por aceptar sin discusión las explicaciones dadas por los altos jefes del ejército estadounidense y porque no parece mostrar ni simpatía ni comprensión por la actitud de los prisioneros. Puede que sea cierto, pero desde un punto de vista práctico demuestra claramente que el adoctrinamiento político no es un proceso misterioso, aunque sí peculiar si lo juzgamos desde la experiencia de guerras anteriores, y que su éxito con los americanos y su relativo o completo fracaso con los británicos y los turcos se debió a la baja moral de los primeros y a la disciplina de los últimos. Lo cual es una lección saludable, porque a poco de ser introducido por Edward Hunter, el término «lavado de cerebro» se hizo tan popular y sonaba tan aterrador que la gente creyó realmente que estaba sucediendo algo muy extraño y horrible y empezó a aplicar el término indiscriminadamente a todo proceso de adoctrinamiento político similar al que sufrieron los prisioneros de guerra en Corea, al tipo más rígido de adoctrinamiento que realizaban los chinos sobre la población civil, a los métodos empleados en Europa Oriental y a aquellos utilizados por los rusos durante (y presumiblemente desde) las purgas de la década de 1930. La avalancha de chistes que circularon sobre el lavado de cerebro delataban la intranquilidad real de

la gente. Corrieron rumores, algunos basados en el mito de que se trataba de «un misterioso sistema oriental» o de la deliberada aplicación de los descubrimientos de Pavlov en los perros; otros se basaban en la creencia igualmente absurda de que no existían tales procedimientos y que todo era una invención de los corresponsales de prensa americanos. De hecho, como hemos visto, el término carece psicológica y fisiológicamente de sentido, y el procedimiento, aunque muy real, se basaba en antiguos métodos practicados por los chinos durante muchos años y por la policía secreta rusa mucho antes de la Revolución. El Grupo Americano para el Progreso de la Psiquiatría convocó una conferencia de prensa en noviembre de 1956 «para clarificar las diferencias entre el relato fantástico de Orwell y los procedimientos realmente empleados en casos auténticos», durante la cual el doctor L. E. Hinkle sugirió que podían aceptarse las siguientes conclusiones:

Los métodos de la policía estatal rusa y de los países satélites derivan de métodos muy antiguos empleados por la policía, muchos de los cuales eran conocidos por la «ojrana» zarista y por sus organizaciones hermanas en otros países. Las técnicas comunistas, cuando se estudia su origen, siguen siendo métodos policíacos. No dependen de drogas, hipnotismo ni de ningún otro procedimiento especial concebido por científicos. Ningún científico participó en su creación, como ningún científico participa en su operación. La meta de la KGB —nombre actual de la policía estatal rusa— es un protocolo satisfactorio sobre el que se pueda basar un así llamado «juicio». Los chinos tienen un fin adicional: la producción de cambios duraderos en las actitudes básicas y en el comportamiento de los prisioneros.

Acerca del programa comunista chino descrito oficialmente con el nombre de *szu-hsiang kai-tsao* (traducido diversamente por «reforma ideológica», «replanteamiento ideológico» o «reforma del pensamiento»—, el doctor Robert J. Lifton escribe en su libro *Thought Reform: A Psychiatric Study of 'Brainwashing' in China:*

Tal programa no es ni mucho menos nuevo: los dogmas impuestos, las inquisiciones y los movimientos de conversión de masas han existido en todos los países y en todas las épocas históricas. Pero los comunistas chinos han imprimido a su programa una mejor organización, un mayor alcance, una premeditación, es decir, un carácter más total, así como una rara mezcla de ingenio y fuerza en sus técnicas psicológicas.

Lo que tiene especial interés es el cómo ha recibido el público americano y de otras partes la noticia de semejantes técnicas, pues no ha hecho más que exagerar el sentimiento latente en el hombre común de que está siendo «manejado» por manipuladores perversos que van desde los redactores de anuncios hasta los directores de las grandes empresas y los maestros de las escuelas

públicas o preparatorias. Un periódico dominical sólo tiene que publicar un artículo relacionado con el procedimiento de «percepción subliminal» —que tiene el pretendido pero muy dudoso poder de hacer que la gente elija sin ser consciente de ello— para ser bombardeado con cientos de cartas indignadas que revelan ese temor paranoico a ser manipulados por las minorías, tan típico de la moderna sociedad de masas. Por supuesto, al público se le manipula a menudo, lo único sorprendente es que se haya tardado tanto en advertirlo. Después de todo, ¿qué han estado haciendo los curas en sus iglesias durante siglos, sino intentar cambiar a la gente? ¿Cuál es el fin de la publicidad sino la manipulación del público dentro de una esfera limitada? Y cabría preguntar si los comunistas han concebido acaso un método para «lavar el cerebro» la mitad de eficaz (o con resultados que sean la mitad de permanentes) que el de las escuelas públicas inglesas. En un artículo del *Spectator* (17 de noviembre de 1961), el editor Brian Inglis escribía sobre su propia experiencia en la escuela pública y sobre la eficacia de la escuela a la hora de inculcar a los alumnos un determinado código de conducta:

> Al final del primer curso el código de la escuela ya había sido inculcado; al comienzo del segundo, ya estaba yo dispuesto a inculcárselo a los nuevos alumnos, y me satisfacía pensar en el momento en que valores habituales serían ridiculizados, cuando no extirpados por métodos disuasorios o violentos y reemplazados por el código de la escuela. Retrospectivamente pienso que ese conjunto de valores era más bien nefando; se elevaba la deshonestidad a la categoría de virtud siempre y cuando estuviese dirigida contra los maestros; se hacía hincapié en el conformismo como requisito previo... Desde entonces, el arte del lavado de cerebro no ha sido nunca un misterio para mí.

Cabría decir, en contra de toda evidencia, que estos valores son buenos sin reservas, mientras que los que tratan de inculcar los comunistas son malos; pero eso sería ignorar el hecho de que los comunistas chinos son perfectamente sinceros en sus intenciones y los valores que intentan inculcar son a su juicio buenos en comparación con los «corrompidos valores capitalistas» de los países reaccionarios. Su programa de «reforma del pensamiento» no está dirigido principalmente a los occidentales sino al propio pueblo chino, y se aplica vigorosamente en las escuelas, universidades, «colegios revolucionarios» especiales, prisiones, oficinas comerciales y gubernamentales y en las organizaciones obreras y campesinas. Fundamentalmente se emplea la presión social, la exhortación y la apelación a la ética, y los métodos utilizados no parecen desentonar con los medios oficiales y no oficiales de uso corriente con los que se trata de conseguir la conformidad

en nuestro propio ejército o en nuestras escuelas públicas. La coacción hasta el punto de la crisis se pone más en evidencia en los programas penitenciarios o militares o en aquellos que se dirigen contra los reaccionarios, pero al igual que en las escuelas públicas, es muy difícil determinar con precisión dónde acaba la exhortación y dónde comienza la coacción. Como dice Lifton:

> Algunos opinaban que [la reforma del pensamiento] era un medio implacable de socavar la personalidad humana; otros la veían como un intento profundamente «moral» —y hasta religioso— de inculcarle una ética nueva al pueblo chino. Ambas opiniones eran en parte correctas, y sin embargo, cada una de ellas, en tanto en cuanto ignoraba a la otra, era muy equívoca. Pues fue la combinación de la *fuerza externa de coacción* con un llamamiento al *íntimo entusiasmo a través de la exhortación* lo que confirió a la reforma del pensamiento su alcance y poder emocional.

El libro de Lifton se ocupa de la reforma de intelectuales occidentales y chinos considerados «reaccionarios» y que llegaron a Hong-Kong después de sus experiencias en China, y no del procedimiento tal y como se aplica al pueblo chino. A nosotros nos interesan ahora los métodos que les aplicaron a dichos intelectuales y que de algún modo podrían llamarse «lavado de cerebro». Antes, sin embargo, merece la pena mencionar el libro de Felix Greene *The Wall Has Two Sides*, que trata de la reeducación del pueblo de China, donde, según señala Greene, la principal característica de la vida actual es la participación masiva a través de asambleas y discusiones en grupo. Greene describe cómo hasta los muchachos que limpian los vagones y el personal de los trenes de largo recorrido están acostumbrados a reunirse de un modo informal para discutir sobre las posibles mejoras a introducir, para ofrecer un mejor servicio a los usuarios o para que los trenes circulen con mayor eficacia.

> He llegado a pensar [dice] que los chinos obtienen sus mayores satisfacciones, no del sentido de la importancia personal, sino de la participación en actividades cuyos fines trascienden al individuo. El Gobierno se las ha ingeniado para darle a casi todo el mundo la sensación de que su trabajo encaja en alguna parte. El botones de este hotel siente que está participando en el renacer de China con la misma intensidad que un alto cargo del Gobierno. Todos ellos, hasta los que realizan los trabajos más serviles —por ejemplo, conducir un taxi de tracción humana— se sienten parte esencial de este espectáculo.

Hay que hacer notar que ese sentido de participación aunque está considerado como fundamental por los psicólogos industriales y otros especialistas interesados por los problemas de la industria, es un sentimiento que los países capitalistas en general no han

conseguido suscitar. A menos que comprendamos que los comunistas chinos están profundamente identificados con lo que están haciendo, no entenderemos para nada su actitud hacia la reforma del pensamiento. La delincuencia, término que incluye la adopción de posturas reaccionarias, se considera como una tara heredada de los viejos días del capitalismo y del imperialismo, y el Reglamento de Prisiones de la China Comunista dispone:

> Con respecto a los delincuentes, se adoptarán con regularidad medidas para impartir clases de estudio correctivo, realizar entrevistas personales, estudiar los documentos que se asignen y organizar discusiones, para educarlos en la confesión de su culpa y en la obediencia a la ley, en los acontecimientos políticos y cotidianos, en la producción laboral y en la cultura, hasta que llegue a quedar en claro la índole del delito cometido, se eliminen por completo los pensamientos delictivos y se establezca un nuevo código moral.

Este es el trasfondo teórico del remodelamiento ideológico.

El primer personaje de Lifton fue un tal Dr. Vincent, que había ejercido su profesión de un modo lucrativo en Shangai, hasta que un día se vio en la calle frente a cinco hombres armados que le enseñaron una orden de detención y le llevaron a la prisión o «centro de reeducación» donde había de pasar los siguientes tres años y medio. Fue recluido en una pequeña celda (8 × 12 pies) en la que ya había otros ocho presos; estos constituían un grupo especialmente seleccionado; todos ellos estaban en un estadio «avanzado» de su reforma personal y deseosos de reformar a otros con objeto de hacer «méritos» para su liberación. Eran todos chinos, y el «jefe de celda» ordenó inmediatamente a Vincent, dirigiéndose a él por su número de presidiario, que se sentara en seguida en el centro de la celda, mientras los demás se sentaban formando un círculo a su alrededor y se dirigían a él por turno acusándole de «imperialista» y de «espía» y exigiéndole que reconociera sus crímenes y se los confesara todos al gobierno. Vincent protestaba sinceramente, afirmando que era un doctor, no un espía, y que llevaba trabajando en China veinte años; pero ellos arreciaron en sus acusaciones diciendo que «el gobierno tiene todas las pruebas, nunca se equivoca, y si te han arrestado es por algo». A continuación le interrogaron sobre las actividades que había practicado para encubrir su identidad de espía. Este proceso era conocido como una «lucha» con el fín de «ayudar» a un preso a confesar, y Vincent tuvo que someterse frecuentemente a él durante los primeros meses de cautiverio.

Después de varias horas de este enervante tratamiento, Vincent fue llamado a declarar por primera vez. Fue conducido a una

pequeña habitación en la que había tres personas: el interrogador, un intérprete y un secretario. El interrogador o «juez» comenzó con una vaga acusación y concluyó diciendo: «Has cometido crímenes contra el pueblo y ahora tienes que confesarlos todos.» Las protestas de inocencia del prisionero tuvieron la siguiente respuesta: «El gobierno no detiene nunca a un hombre inocente.» Tras ésto vinieron una serie de preguntas relativas a las actividades de Vincent, a sus contactos profesionales, amigos y conocidos, a lo largo de sus veinte años de vida en China. El juez seguía repitiendo: «El gobierno lo sabe todo acerca de tus crímenes. Por eso te hemos detenido. Ahora eres tú el que tiene que confesarnos todo a nososotros; de esa forma, tu caso se resolverá rápidamente y pronto estarás en libertad.»

Tras varias horas de interrogatorio, la conversación empezó a centrarse en las supuestas conexiones de Vincent con diversos grupos: con su propia embajada (la francesa), con funcionarios del gobierno americano y con agencias nacionalistas, católicas y japonesas. Tras diez horas consecutivas de interrogatorio, y aunque había dado abundante información, Vincent seguía manteniendo que era inocente y que no sabía por qué había sido detenido. El juez se enfadó y ordenó que le esposaran las manos por detrás de la espalda, le dio permiso para que abandonara la habitación y le dijo que meditase sobre sus crímenes. Le volvieron a llamar diez minutos más tarde y, entre protestas de inocencia, le ataron cadenas en los tobillos y lo enviaron a la celda otra vez. Allí le aguardaban sus compañeros de cautiverio, quienes de nuevo comenzaron la «lucha», que se prolongó todo el día siguiente a la noche en vela que había pasado con el juez.

> Estás obligado a llevar cadenas en los tobillos y a tener atadas las manos a la espalda. No se te ayuda porque eres demasiado reaccionario. Comes como los perros, con la boca y los dientes. Preparas el cuenco y el vaso con la nariz e intentas sorber el caldo dos veces al día. Si tienes que hacer aguas, te abren los pantalones y las haces en una latita que hay en el rincón... En las letrinas, alguien te baja los pantalones y te limpia cuando has terminado. No te libras nunca de las cadenas. Nadie se ocupa para nada de tu higiene. Nadie te lava. En la celda dicen que estás encadenado porque eres reaccionario. Te están repitiendo siempre lo mismo: si lo confiesas todo, se te tratará mejor.

Hacia el final del segundo día, Vincent comenzó a obsesionarse con la idea «tengo que librarme de las cadenas»; esa noche hizo una amplia descripción de sus actividades de espía sabiendo que eran falsas. Pero cuando se le pidieron más detalles, surgieron varias incongruencias y el juez rechazó la confesión, con lo que prosiguieron las sesiones de interrogatorio y de «lucha».

En la tercera noche, Vincent cambió de sistema y comenzó a reconstruir y a confesar cada detalle de todas sus conversaciones con la gente con la que recordaba haberse relacionado desde su llegada a China. Mientras hablaba así libremente, el juez comenzó a aprovecharse de su situación: interrogatorios cada vez más exigentes a lo largo de la mayor parte de cada noche, que sólo se interrumpían para que el prisionero diera un paseo cada dos o tres horas arrastrando sus cadenas, paseo que aumentaba su malestar físico y que lo mantenía despierto. Durante el día, tenía que dictarle a otro preso todo lo que había dicho durante la noche, añadiendo otros detalles que pudiera recordar. Cuando no estaba haciendo eso, la «lucha» proseguía y la celda entera parecía girar alrededor de él y de su confesión. Todo lo que decía o hacía, incluso el más mínimo gesto, era recogido por escrito por los otros presos y remitido a las autoridades. La situación se prolongó durante ocho días con sus respectivas noches, sin poder dormir y sometido a una constante presión por parte de los demás presos: «¡Tú quieres las cadenas! ¡Quieres que te fusilen! Si no serías más sincero y no te harían falta las cadenas». Por último, abrumado por el cansancio, confusión y una sensación de desamparo, cedió en su resistencia.

A partir de ese momento, el juez es tu verdadero dueño. Cuando te pregunta cuántos «informes» le diste a tal persona, te limitas a decir un número cualquiera para que se quede satisfecho. Si dice «Cien», tú dices «Cien»... Haces lo que quieran. Ya no le prestas ninguna atención a tu vida ni a tus manos esposadas. No puedes distinguir entre izquierda y derecha. Te limitas a especular sobre la fecha de tu fusilamiento y comienzas a esperar que el final llegue pronto.

A esas alturas empezaba ya a dibujarse una confesión, que aunque todavía plagada de incongruencias, tenía bastante que ver con hechos reales y con personas de la vida del preso; al cabo de tres semanas se le pidió que informara sobre ciertas personas, a la cual se avino con una mezcla de verdades, verdades a medias y mentiras. Dos semanas más tarde, bajo la presión del juez y de sus compañeros de celda, tales descripciones se convirtieron en denuncias, y entre constantes demandas como: «¡Confiesa todo! ¡Demuestra tu fe en el gobierno! ¡Dilo todo!», fueron cayendo en la red amigos y conocidos.

Transcurridos unos dos meses desde su detención, se consideró que Vincent estaba maduro para el «reconocimiento» de sus «crímenes» y para juzgarse a sí mismo desde «el punto de vista del pueblo», sobre el principio de que «la opinión del pueblo no hace distinciones entre noticias, información e inteligencia». Admi-

tió entonces haberle comentado a un amigo americano durante la época de la «liberación» que había visto pasar piezas de artillería del ejército comunista tiradas por caballerías. «El juez gritó que ese americano era un espía que estaba reuniendo material de espionaje para su organización, y que yo era culpable de haberle proporcionado secretos de tipo militar.» Al principio Vincent no quiso admitir tal extremo, pero pronto tuvo que incorporarlo a su «confesión».

Una vez adoptado el «punto de vista del pueblo», comprobó con sorpresa que sus condiciones mejoraban palpablemente: se le quitaron las cadenas, se le permitía estar sentado en presencia del juez, y éste le hablaba en un tono amistoso. Le dijeron que el gobierno sentía mucho que hubiese atravesado momentos tan difíciles y que ahora querían mostrarse amables con él; sería liberado pronto si hacía una confesión completa y se esforzaba con ahínco para reformarse. Le fue ofrecido un asesoramiento amistoso para reescribir su confesión, incluyendo denuncias y descripciones de otras personas; pero en algunas ocasiones, cuando decía «Yo no hice eso», se le volvían a poner las cadenas por dos o tres días. En conjunto, sin embargo, se le permitió a partir de entonces dormir ocho horas, los interrogadores eran relativamente apacibles y se libró del acoso de sus compañeros de celda. Eso sí, se le seguía llamando por su número, se le daba un rancho muy pobre y tenía que correr dos veces al día junto con los otros para poder pasar los cuarenta y cinco segundos de que disponía cada prisionero en una de las dos letrinas, siendo ásperamente criticado si tardaba más tiempo.

Tres semanas después del comienzo del período de «lenidad», tuvo que participar en el programa de «reeducación» de la celda, que duraba de diez a dieciséis horas diarias. El procedimiento general era que el jefe de la celda leyese unos párrafos de un periódico, folleto o libro comunista, y cada miembro tenía que decir su opinión y criticar las opiniones expuestas por los demás. Todos habían tenido que aprender a expresarse desde «el punto de vista del pueblo» y se reprendía severamente a quien mostrara poco espíritu de colaboración. Las discusiones versaron inicialmente, sobre los insultos occidentales a China en el pasado, y a Vincent se le dio a entender que «bajo el pretexto de la medicina» no había sido sino un espía toda su vida, un agente del imperialismo, etcétera. Cuando se consideraba que sus opiniones eran «erróneas», se le exigía que «hiciese examen de conciencia» y buscara las causas de sus tendencias «reaccionarias». Todas las discusiones, que comenzaban a un nivel intelectual, pronto se reducían a análisis y críticas personales. Los comunistas, a diferencia de otra gente

que considera que muchos problemas son exclusivamente una cuestión de opinión, tienen una metafísica según la cual ciertas creencias son correctas en algún sentido objetivo, mientras que otras son objetivamente erróneas. Para Vincent, todo era un «problema» que tenía que ser «resuelto» ateniéndose a los «hechos», que naturalmente eran aquellos que encajaban en el «punto de vista del pueblo». Al principio se limitó a elogiar fingidamente lo que se consideraba la actitud «correcta», pero tras algunas semanas, o meses, comenzó a aceptar las opiniones interiormente y a aplicárselas a sí mismo:

> En la celda, durante doce horas al día, no paras de hablar —hay que participar— tienes que rebatir tus propios puntos de vista, autocriticarte, denunciar tu pensamiento. Poco a poco empiezas a aceptar algunas cosas, y comienzas a considerar tu propio caso exclusivamente a través del «juicio del pueblo».

En esta fase, los prisioneros eran denominados «escolares» y los guardianes de la prisión «instructores», y se hacía hincapié en que el ignorante sólo podía ser enseñado mediante «discusión» y «persuasión». Se les hablaba a los prisioneros de Rusia y de las «democracias populares», de la victoria frente al imperialismo en la guerra de Corea y de los planes trienales y quinquenales para llegar a una sociedad socialista: «Resuelven todos los problemas a través de la discusión —la guerra de Corea, la de Indochina... Nunca utilizan la fuerza; todas las cuestiones se resuelven conversando.» Cuando Vincent no se mostraba lo suficientemente locuaz, se criticaba su falta de sinceridad, y cuando sus opiniones mostraban el menor rastro de herejía con respecto a la ortodoxia comunista se le acusaba de ser «demasiado subjetivo», «individualista», y de otros delitos. Se dedicaba un rato al día a la crítica de la «vida cotidiana», discutiendo sobre la conducta en general, los hábitos de la comida y el sueño, los sentimientos hacia los demás y la disciplina de cada cual para cumplir con sus obligaciones en la celda. Esto es muy parecido a lo que ya hemos visto sobre la psicoterapia de grupo, excepto que las interpretaciones, en vez de ser proferidas en terminología freudiana, lo eran en terminología marxista. Vincent adolecía de codicia e interés «burgueses» o «imperialistas»; si dejaba caer un plato, estaba «derrochando el dinero del pueblo», si bebía demasiada agua estaba «chupando la sangre del pueblo», y si ocupaba mucho sitio cuando dormía, aquello era una «expansión imperialista».

Después de un año de esta «reeducación», Vincent fue sometido otra vez a una serie de interrogatorios para mejorar su confesión; esta vez se concentró en algunos puntos especiales relacionados

con acontecimientos reales. Así, «de una confesión desordenada pasas a hacer una confesión más concreta», y esta vez aparecieron ocho «crímenes», incluyendo el haber sido miembro de una organización política derechista en Francia, espionaje, «inteligencia», en asociación con americanos, católicos y otros grupos reaccionarios, otras actividades anticomunistas, y haber proferido «calumniantes insultos contra el pueblo chino». Esta confesión le pareció a él más real que la anterior:

> No siempre, pero hay momentos en los que piensas que tienen razón. «Yo hice esto, soy un criminal.» Si dudas, te callas tus dudas. Porque, si las admites, habrá que volver a empezar la «lucha» y pierdes todo el progreso que hayas logrado.

A continuación vinieron otros catorce meses de total dedicación a la «reeducación», y durante su tercer año de cautiverio, otra revisión de su confesión. Vincent llegó a creer gran parte de lo que estaba diciendo, pero no de una forma tan simple como podrían suponer los que aceptan la tesis de que el lavado de cerebro es como «borrar la pizarra».

> Empiezas a creértelo todo, *pero es un modo especial de creer*. No estás absolutamente convencido, pero lo aceptas para evitar problemas, porque cada vez que no estás de acuerdo comienzan de nuevo los problemas.

Se le dijo que su actitud había mejorado mucho y se le trasladó a otra parte de la prisión, donde vivía en armonía con sus guardianes, y se le concedió una hora diaria de recreo al aire libre, además de otros períodos de recreo en la celda. Al poco tiempo, fue convocado para la ceremonia de la firma; firmó una confesión en francés y otra en chino, mientras disparaban sus máquinas fotógrafos y cineastas convocados para la ocasión; también leyó su declaración en voz alta y fue grabada en cinta magnetofónica. Luego compareció en presencia del juez y fue sentenciado a tres años de prisión (que se consideraban ya cumplidos) por espionaje y crímenes contra el pueblo. La historia fue ampliamente difundida por toda China y en el extranjero en forma propagandística. Expulsado inmediatamente, Vincent estaba a los dos días en un barco británico rumbo a Hong-Kong.

A diferencia del estudio que hizo Kinkead sobre los soldados aliados en Corea, el trabajo de Lifton constituye una obra minuciosa de investigación psiquiátrica en la que se examina a los prisioneros en el momento de su liberación y en momentos posteriores. Por lo que se desprende de su relato, podría parecer que el caso del doctor Vincent fue un éxito total de las técnicas de reeducación comunista; pero un examen psiquiátrico inmediatamente después de su liberación reveló una imagen un tanto distinta: un hombre con-

fuso y asustado que tenía la sensación de estar siendo constantemente observado y manipulado: «Tengo una cierta sensación de que alguien me está espiando porque vengo del mundo comunista». Y, pensando en voz alta sobre el doctor Lifton, decía: «Tengo la sensación de que no es sólo un doctor. Está conectado con alguna organización imperialista que me va a causar problemas... Pienso que quizás haya alguien que le esté diciendo a usted las preguntas que debe hacerme». Vincent echaba incluso de menos algunos aspectos de la vida en prisión («No es que la eche de menos, pero encuentro que era más fácil»), y tenía el proyecto de entrar en contacto con los comunistas de su país cuando llegara a casa:

> Cuando abandoné China, tuve esta extraña sensación: Ahora voy al mundo imperialista. Nadie se va a ocupar de mí. Estaré sin trabajo y perdido; todo el mundo me considerará un criminal. No obstante, pensaba, hay un Partido Comunista en mi país; deben de saber que he pasado por un período de reforma. Quizás les interese.

Tales sentimientos son por supuesto muy comunes entre los que acaban de abandonar un hospital o una cárcel tras una larga temporada; se alegran de estar fuera, pero echan en falta la seguridad y la rutina y la sensación de estar siempre vigilados sin tener que tomar decisiones por sí mismos. En muchos aspectos la estancia en un hospital tiene puntos en común con el lavado de cerebro, pues el paciente, en este caso por razón de su enfermedad, queda reducido a un estado de dependencia casi infantil, y con el tiempo comienza a aceptar el ambiente del hospital como el suyo propio. En los casos graves que requieren una prolongada hospitalización, el paciente puede caer víctima de una «neurosis institucional» que lo invalide para la vida en el mundo exterior. Al igual que el hospital, el establecimiento para la reforma del pensamiento configura un entorno severamente controlado y, como dice el doctor Lifton:

> La penetración de las fuerzas psicológicas del entorno en las emociones internas de la persona quizás sea el hecho psiquiátrico más sobresaliente de la reforma del pensamiento.

El lavado de cerebro toma en primer lugar medidas deliberadas y enérgicas para despojar al individuo de su yo, y luego se dedica a edificar algo nuevo sobre los cimientos que quedan; una hospitalización prolongada con deficiencias en el servicio del personal sanitario, y con la consiguiente pérdida de contactos sociales, conduce al mismo efecto, y se sabe que muchos casos de demencia esquizofrénica, o lo que aparentan ser cambios degenerativos de la vejez, no son más que formas de lavado de cerebro inconsciente.

La neurosis institucional es una entidad real, causada no por el proceso de enfermedad sino por los propios médicos, al verse obligados a hacerse cargo de casos «desesperados» sin el personal adecuado para proporcionar los estímulos sociales que necesitan la mayoría de las personas para poder mantener su personalidad. Está producida por la falta absoluta de respuesta del entorno, mientras que el lavado de cerebro, en su primera fase, se sirve de la inflexibilidad del entorno; el prisionero se enfrenta con circunstancias que le insisten implacablemente «has cometido un crimen, el gobierno nunca se equivoca», y como no puede incidir en su entorno, éste acaba penetrando en él.

Se recordará que John Wesley, con su insistencia en la salvación por la fe y no por las obras, ponía a sus oyentes en una situación espiritual semejante, en la que nada de lo que *hicieran* tenía importancia y sólo *creyendo* podrían salvarse. En palabras del himno de Topladv:

Could my soul no respite know
Could my tears for ever flow,
All for sin would not atone;
*Thou canst save and Thou alone**.

Sin embargo, la víctima de una neurosis institucional, por muy demente e irreceptivo que parezca, comenzará a volver a sus antiguos modos de comportamiento al reintegrarse a un entorno socialmente responsivo; y aquellos que han sufrido un lavado de cerebro, aunque no hayan quedado intactos suelen reaccionar de forma similar. Después de algunas semanas en Hong-Kong, el doctor Vincent decía: «Tengo la sensación de que si me encuentro con un comunista en mi país mi primera reacción va a ser violenta.»

Hemos elegido el caso del doctor Vincent porque tanto los métodos con él empleados como los resultados son bastante típicos. Lifton analiza las diversas fases del procedimiento del lavado de cerebro, comenzando por la primera y más obvia: *el asalto a la identidad*. A Vincent se le dice que no es un médico y que todo lo que él cree ser es en realidad una máscara que oculta su verdadera identidad. Cuando le hablan, no se dirigen a él por su nombre, sino por su número. A otros prisioneros se les dijo aproximadamente lo mismo en relación a lo que tenían en más alta estima; en el caso de los sacerdotes, su religión. A esto seguía el dolor,

* *Aunque mi alma no conociera la tregua,*
y mis lágrimas fluyeran por siempre.
Todo ello no expiaría el pecado;
Tú puedes salvar y sólo Tú.

el miedo y la humillación de sus primeras experiencias, desde las «luchas» que nunca remitían, hasta las cadenas y la incapacidad de atender a sus propias necesidades físicas. Al poco tiempo, había perdido por completo la noción de quién y qué era y de la posición que ocupaba en relación con sus compañeros. Al igual que el paciente que lleva mucho tiempo hospitalizado, estaba reducido a un estado de dependencia infantil. Quedó aún más debilitado por la falta de sueño y la mala alimentación, y los constantes interrogatorios a intervalos irregulares hicieron que se desorientara no sólo con respecto a su propia identidad, sino también con respecto al tiempo. Por último, para emplear la significativa frase del doctor Lifton, «muere para el mundo», un estado que los evangelistas consideran el requisito previo para la salvación.

La segunda fase comienza con la *implantación de la culpa,* que es tanto fáctica (eres culpable) como psicológicamente exigente (tienes que aprender a sentirte culpable). El prisionero llega a empaparse tanto de la atmósfera de culpa que las acusaciones externas se funden con los sentimientos subjetivos de pecaminosidad. En el capítulo 2 decíamos que, según el psicoanálisis todo individuo guarda desde los primeros meses de vida un depósito de vagos sentimientos de culpabilidad que basta con destapar. El prisionero pronto se percata de un sentimiento omnipresente de culpa que dice: «Sufro por culpa mía, no por causa de su injusticia, aunque todavía no conozco la dimensión de mi culpabilidad.»

Con la denuncia de amigos y colegas viene luego la traición a uno mismo, que no sólo conduce a un círculo vicioso de culpa cada vez más genuina y mayor necesidad de confesar, sino también la renuncia a la gente, organizaciones y normas de comportamiento que habían constituido el núcleo de la vida anterior del prisionero. Al traicionar a los demás se traiciona a sí mismo, y se queda sin lazos de lealtad con el pasado y ante la perspectiva de que no es aceptado por sus apresadores. Se queda completamente aislado y en una posición muy parecida a la de un hombre arrancado de su entorno habitual e ingresado en un hospital para locos peligrosos en el que se le acusa de haber cometido un espantoso crimen que él no recuerda haber cometido, pero esperándose de él que lo reconozca y confiese; cada protesta de inocencia es interpretada por los responsables como un claro síntoma de su enfermedad, y los demás internados se dedican afanosamente a que confiese y se «cure».

Esta situación, que recuerda a la de *El proceso* de Kafka, da lugar a la fase de *conflicto total y pánico* en la que el prisionero experimenta una de las emociones más primitivas y aterrorizantes

que pueda experimentar el hombre: el miedo a su aniquilamiento total como persona. Es éste el punto en el que se rompe la integración física y psicológica y el prisionero no parece tener más salida que la enfermedad física, la locura o la muerte. Hubo algunos prisioneros que respondieron con pensamientos suicidas, y muchos que lo hicieron con fantasías y alucinaciones:

Oí abajo los interrogatorios, y un día escuché a alguien que me nombraba. Eran chinos a quienes estaban adoctrinando para que testificaran que yo había estado reuniendo información sobre los movimientos de las tropas... Al día siguiente reconocí la voz de mi contable chino, a quien se le dijo que yo lo había confesado todo y que por lo tanto era mejor que su declaración concordase con la mía... Una vez les oí decir a los guardianes, en una conversación informal con un alemán, que me iban a ablandar encerrándome en una jaula.

Tan pronto como se llega a este estado, la actitud oficial se convierte toda ella en *lenidad y oportunidad*, y el prisionero se aferra al primer signo de amabilidad por parte del interrogador con una gratitud profundamente sentida. Un sacerdote relata esta experiencia:

Era el día de Navidad. Me llevaron a comparecer ante el juez. Por primera vez veía aquella habitación llena de luz solar. No había guardianes ni secretarios. Sólo estaban las caras amables de los jueces ofreciéndome cigarrillos y té. Era más una conversación que un interrogatorio. Mi propia madre no habría podido ser mucho más buena y amable que el juez. Me dijo: «El trato que has recibido aquí es realmente demasiado malo. Quizás no puedas soportarlo. Como extranjero y sacerdote estarás acostumbrado a la buena comida y a condiciones de vida más higiénicas. Por eso, basta con que hagas una confesión. Pero hazla verdaderamente bien, de forma que podamos quedar satisfechos. Cerraremos entonces tu proceso y pondremos punto final a tu caso.» .

La *compulsión a confesar* deriva pues del convencimiento de que sólo podrán sobrevivir los que confiesan. Las primeras confesiones son meros preliminares a la purga *total* del alma, que, como hemos visto, además de ser un aspecto de esta situación en particular, es una necesidad profundamente arraigada en la mayoría de la gente. Una vez iniciada la confesión, va adquiriendo ímpetu y provoca un sentimiento progresivo de sumisión, como en esta descripción de otro sacerdote:

Después de un rato uno quiere hablar, te presionan tanto que sientes que tienes que decir algo. En cuanto empiezas, te sientes decepcionado: estás en lo alto del árbol y vas para abajo... Si dices la primera palabra, siempre hay algo más. «*Lao shih* —No, no, ¡sé buen chico! ¡Di la verdad! "*t'an pai*"— ¡Confiesa!», te repiten constantemente cada dos minutos. Sentía la necesidad de decir más para hacerle cerrar la boca, tal era su insistencia... Y esto me debilitaba, me hacía querer ceder.

El doctor Lifton hace la importante observación de que aunque estas fantasías en la confesión del prisionero son cuidadosamente seleccionadas y moldeadas por los funcionarios y por los compañeros de celda, *nunca llegan a divorciarse por completo del hombre que las produce.* «Su compulsión a confesar le hace dedicarse a la tarea de estar escarbando y rellenando continuamente su propio vacío interno bajo la activa supervisión y la decidida moral de sus guardianes.»

La fase siguiente es la de la *canalización de la culpa*, en la cual los sentimientos inconcretos de culpa del prisionero son dirigidos hacia un sistema pseudológico paranoico. Al aceptar el «punto de vista del pueblo», el prisionero se une a los que le condenan, no tanto por lo que ha hecho como por lo que ha sido: un occidental y un «imperialista».

La fase de la reeducación llamada *deshonra lógica* sobreviene cuando el individuo aprende a criticar cada uno de los aspectos de su ser en terminología marxista, y ésta a su vez va seguida de la fase de *progreso y armonía*, que lleva a la *confesión final y recapitulación.*

No todos los casos del doctor Lifton reaccionaron de la misma forma: estaban los totalmente confusos, los conversos aparentes y los resistentes aparentes. Aunque todos ellos reaccionaron, más o menos, de la manera descrita, hubo diferencias significativas. Así, tanto durante como después del proceso de reforma del pensamiento, cada individuo siguió un modelo de conducta con peculiaridades propias, tanto en lo que respecta a los sentimientos racionales y las creencias como en el grado de fortaleza o debilidad mostrados durante el proceso. Estas características distintas dependían fundamentalmente de los rasgos básicos del carácter. Los totalmente confusos eran incapaces de confiar en sí mismos, ya fuera en relación al mundo comunista o al nó comunista, y algunos estuvieron cerca de la psicosis al enfrentarse con el caos exterior y la confusión interna. Los que en apariencia resistieron fueron aquellos que en un principio daban muestras de haber sido poco afectados por la prueba, aparte de ciertos trastornos físicos y mentales, y que ideológicamente se mostraban profundamente anticomunistas. Sin embargo, cuando Lifton hizo indagaciones más profundas descubrió que su resistencia interna no era ni mucho menos todo lo completa que sugería su expresión externa; pues, paradójicamente, todos los que exteriormente habían sido menos influidos por la reforma del pensamiento, se sentían interiormente más en peligro de ser desbordados por su influencia.

Un ejemplo típico de estos casos fue el obispo Barker, católico ortodoxo, y a su manera un totalitario, que después de su liberación

llegó a abogar a favor de una guerra inmediata contra el comunismo. Sin embargo, pronto se hizo evidente que muchas de las protestas del obispo eran, en efecto, una especie de «silbar en la oscuridad», y, al pedir la guerra, lo que en realidad estaba diciendo era: «Si logramos destruir a todos los demonios que hay en el mundo, eliminaremos a los que están dentro de mí sin que yo tenga que reconocer que han estado ahí.» El totalitarismo llama al totalitarismo, y el obispo Barker quedó profundamente impresionado por los comunistas, cuyo principal defecto era que su totalitarismo no era el suyo:

> Los comunistas muestran un entusiasmo tremendo en su incondicional devoción a su doctrina... Lo que creen lo llevan a la práctica... Nosotros estamos divididos entre doctrina y no práctica... Existe una discrepancia entre la vida religiosa y la doctrina. Por eso somos débiles.

Barker se había enfrentado toda su vida con los problemas a través de los mecanismos psicológicos de la negación y la represión, para alejar de sí el reconocimiento de una excesiva debilidad; pero esta debilidad salía a relucir en su constante necesidad de adoptar una postura de desafío frente a algo que básicamente le atraía. Los resistentes aparentes demostraron un poderoso sentido de identidad personal, en contraste con los conversos aparentes, que solían mostrar una identidad confusa, aunque también ellos habían manifestado desde hacía tiempo tendencias hacia el totalitarismo o el autoritarismo. El obispo Barker tuvo que seguir afirmándose en su oposición al comunismo porque secretamente lo admiraba, mientras que los conversos en la misma situación eran incapaces de resistirlo. Así, el doctor Lifton, al referirse al caso de un padre jesuita y al de la hija de un misionero liberal, señala que aunque eran completamente diferentes en muchos aspectos, hubo sorprendentes similitudes en sus reacciones emocionales. Ambos respondieron decididamente a la oportunidad de integrarse en el pueblo chino, ambos experimentaron un sentimiento de culpa especialmente intenso y una fuerte necesidad de ser absolutamente sinceros con sus cautivadores; ambos llegaron a alcanzar una mayor armonía con el ambiente del presidio que con cualquier otro ambiente que habían conocido hasta entonces, y no deseaban abandonarlo por el «miedo a la libertad».

> El sacerdote autoritario compartía con la hija del misionero liberal los rasgos psicológicos característicos del converso aparente: fuerte susceptibilidad a la culpa, confusión de identidad y, lo más importante, un modelo totalitario muy arraigado.

Cuatro años más tarde, la mayoría de los sujetos habían conseguido neutralizar los efectos ideológicos de su experiencia, pero,

como era de esperar, ninguno de los que han pasado una vez por un proceso de reforma del pensamiento llega a deshacerse totalmente de esa nueva concepción de sí mismo. Se produjeron dos soprendentes resultados no ideológicos, negativo el uno, pero curiosamente beneficioso el otro. El resultado negativo fue la persistencia del miedo y el sentimiento de culpa. El miedo estaba relacionado con el miedo básico al aniquilamiento total como persona que ya hemos mencionado. Se trata de un recuerdo inconsciente que algunos igualan a la experiencia de haberse sentido totalmente controlado y peligrosamente amenazado por un padre o una madre dominantes, pero, cualesquiera que fuesen sus asociaciones, todo el mundo temía una vuelta a la misma situación al ser sometidos de nuevo a un control total. Por otra parte, algunos sentían un deseo profundamente reprimido de que se volviese a producir dicha situación para librarse del complejo de culpa que la reforma del pensamiento había despertado. En este sentido resulta interesante señalar una vez más que la tristeza que sentían por abandonar China muchos de los que habían sido recientemente liberados era auténticamente sincera; años más tarde, todavía había algunos que echaban de menos esa intimidad especial del grupo en la reforma del pensamiento: el placer de compartir todos los secretos que, como observa el profesor T. H. Pear, es una de las características particulares del movimiento del *Moral Rearmament*. La culpa es algo que nos separa de los demás; la confesión y el sentimiento de «compartir» con los demás son los medios de aliviarla.

Entre los buenos resultados que experimentaron los que fueron sometidos a la reforma del pensamiento estaba la sensación de haberse sensibilizado más a sus propios sentimientos internos y a los de los demás y una mayor flexibilidad y confianza en sus relaciones humanas. A diferencia de la mayoría de nosotros, que (como ya hemos señalado) en realidad no conocemos nuestras limitaciones porque nuestra experiencia ha sido muy limitada, esas personas han tenido la experiencia de poner a prueba sus límites emocionales. Han tocado el fondo del dolor físico y psicológico y, sin embargo, han sobrevivido; ha sido obligados a analizarse a sí mismos. Al sufrir la experiencia de la reforma del pensamiento, estos hombres y mujeres han llegado a conocer partes de sus mentes cuya existencia ignoraban antes por completo. El difunto profesor Alexander Kennedy, en una conferencia pronunciada en la *Royal Institution* sobre «Lecciones científicas del lavado de cerebro» *(Proceedings of the Royal Institution,* abril 1960), explicaba cómo la explotación de las relaciones personales, en hombres que han sido «ablandados» mediante su aislamiento de contactos

humanos y mediante una desorientación deliberada en el tiempo y en el espacio, podía ser empleada beneficiosamente para devolver a gente anciana y solitaria el respeto de sí mismos y una comprensión de la naturaleza de sus personalidades; y parece bastante probable que las lecciones aprendidas en el lavado de cerebro encontrarán una posterior aplicación terapéutica.

La técnica empleada, o que se empleaba antes, en la Unión Soviética y en los países comunistas del Este de Europa para conseguir «pruebas» en juicios amañados nos es de sobra conocida a través de libros tales como *Conspiracy of Silence* de A. Weissberg, *Russian Purge and the Extraction of Confessions* de F. Beck y W. Godin e *Invitation to Moscow* de Z. Sty Pulkowsky. Jrushev (suponiendo que se puedan tomar sus palabras al pie de la letra) ha admitido el empleo de la tortura física, aunque como se sugiere en otro lugar, puede muy bien ser que algunos de los acusados en las purgas estalinistas necesitasen muy poco para confesar los crímenes de los que ya eran culpables de pensamiento o de obra. La confesión o autocrítica forma parte de la ideología comunista, y los comunistas convencidos puede que estén más dispuestos a confesar sus desviaciones que otras personas en la misma situación, especialmente cuando saben de antemano que no tienen otra elección. No hay ni que decir que sólo una persona muy crédula aceptaría los detalles de algunas de las confesiones; pero no tenemos medios de saber si estos detalles fueron añadidos voluntariamente por el acusado para que su confesión pareciera más verídica, o si fueron introducidos a la fuerza mediante tortura. La gente, movida por la naturaleza fantástica de las confesiones en estos juicios, ha llegado a creer que la mente humana está a merced de métodos nuevos y astutos que nadie puede resistir; y algunos, como Aldous Huxley, han hecho que se nos ponga la carne de gallina con afirmaciones tales como que se han inventado «ingenios nuevos y anteriormente impensables» contra los que no se puede hacer nada. Esto, como demostraremos con más detalle más adelante, es sencillamente falso. Nunca, desde que comenzó la historia, ha sido imposible (basta con detentar el poder absoluto y carecer de escrúpulos) inducir a la mayor parte de la gente cualquier cosa, a profesar o denunciar cualquier credo, y eso mediante los más simples y crudos de los métodos; tampoco ha habido, ni es probable que la haya, una época en la que una minoría tenaz no haya preferido resistir hasta el final. Los juicios de las purgas rusas tuvieron casos exactamente paralelos en los procesos a las brujas durante los siglos XV y XVI y en los de la Inquisición española; y aunque muchas de las procesadas fuesen, según su propia estimación, «brujas», como cree la doctora

Margaret Murray, mientras que otros eran indudablemente inocentes, ambos grupos confesaron delitos que era imposible que hubiesen cometido, al igual que esas patéticas criaturas que admitieron en la Unión Soviética haber asesinado al novelista Máximo Gorki inyectándole gérmenes de tuberculosis —un medio de causar la muerte excesivamente inverosímil e ineficaz—. Hablando en términos generales, en todos los juicios citados se emplearon métodos similares y se obtuvieron resultados parecidos, y tienen muy poco interés psicológico las observaciones que confirman lo que sabemos: que la mayoría de la gente, en circunstancias apropiadas, confesará cualquier cosa.

No hay ni que decir que el empleo de torturas de un tipo o de otro no está limitado al mundo comunista, pues hay abundantes pruebas de que los paracaidistas franceses han utilizado la tortura en Argelia para obtener información de los argelinos y de los sospechosos de ser simpatizantes suyos; en este caso, sin embargo, parece ser que en vez de un prolongado proceso para conseguir el colapso mental se han utilizado métodos más expeditivos, como dolorosas descargas eléctricas, asfixias y sofocamiento por inmersión en agua, que también tienen la ventaja de que, si se emplean cuidadosamente, no dejan rastros en el cuerpo. Pero no hay razón para suponer que la electricidad sea en modo alguno más eficaz que los hierros candentes de antaño, por lo que difícilmente ese sistema puede describirse como un invento «nuevo y anteriormente impensable».

El método básico empleado por los rusos para arrancar confesiones es el prototipo más severo de la «reforma ideológica» china y del «adoctrinamiento político» llevado a cabo en Corea. En su forma más simple, implica las tres fases descritas en el artículo del doctor Anthony Storr «Tortura sin violencia» publicado en el *New Statesman* (12 de marzo de 1960): 1) *Desorientación y desilusión;* 2) *El interrogatorio;* 3) *Racionalización y explotación.* El propósito de la primera fase es minar la resistencia del prisionero; está completamente aislado en una celda, cortados todos sus contactos con el mundo exterior, a solas con su miedo y totalmente a merced de sus apresadores. Ya que, como hemos visto, su sentido de identidad personal depende de la comunicación con los demás, deja de ser «el mismo». Se le aísla de todo tipo de mensajes sensoriales y se le somete deliberadamente a estímulos confundentes; así, por ejemplo, se suspende la regularidad de las comidas, el sueño y las visitas (de ahí la intencionada irregularidad de los interrogatorios, que se suceden sin ton ni son), lo cual le desorienta en el tiempo y en el espacio. Otros refinamientos están ideados para provocar fatigas y debilidad física y, por consiguiente,

la pérdida del sentido de identidad personal: se le puede impedir que duerma, malalimentarlo y vestirlo con ropas usadas que le sientan mal y que (con la excusa de evitar un posible suicidio) no tienen ni botones ni medio alguno de sujeción, como cinturones o tirantes. Uno evoca las imágenes de los que fueron acusados de atentar contra la vida de Hitler: antiguos generales y otras personas eminentes quedaban reducidos a tener que agarrarse los pantalones para evitar que se les cayeran al suelo; el vestido es un aspecto importante de la identidad personal. Al prisionero se le llama por su número de celda, pero él tiene que recitar el título completo de las autoridades del presidio cuando se dirige a ellas. La pérdida de sueño es quizás uno de los factores más potentes para doblegar a un hombre. Sargant cita el caso de un periodista berlinés occidental que fue capturado y se le hizo confesar en una prisión de Alemania Oriental de la siguiente manera:

La tortura consistió en un tratamiento que le impidió dormir en diez días. Estaba prohibido dormir de día. Por la noche, bajo una potente bombilla eléctrica que había en su celda, se le despertaba cada quince minutos. Quince minutos después de apagar las luces era despertado a golpes en la puerta de la celda; quince minutos más tarde sonaba un estridente silbato, e inmediatamente la luz eléctrica era conectada a un aparato automático que alternaba una tenue luz colorada con una feroz luz blanca que producía una potente bombilla... Esto se repitió noche tras noche durante diez días hasta que sufrió un colapso con ataques de escalofríos y alucinaciones.

Tras unas cuatro semanas de aislamiento total, o menos si se les impide dormir y se les aplican otros «refinamientos», la mayoría de los prisioneros caen en un grave estado depresivo, cesan todas sus actividades espontáneas y se vuelven sucios y desgreñados. Pueden pasarse todo el día sentados, murmurando cosas para sí mismos, al igual que los esquizofrénicos crónicos, quienes, por la misma razón —la ausencia de contactos sociales— han desarrollado una «neurosis institucional» y caen en la demencia.

La fase de los interrogatorios es a menudo bien recibida por el prisionero: a veces se siente tan emocionado por tener la oportunidad de hablar con otro ser humano que rompe a llorar y muestra una profunda gratitud hacia su inquisidor. La reacción de este último dependerá de cómo evalúe ese caso en particular; puede mostrarse amable, cuando el prisionero está ya al borde de admitir cualquier cosa, o puede mostrar la más absoluta indiferencia por lo que está diciendo el prisionero. La víctima desorientada, flota ahora incierta en la línea divisoria entre sus propios pensamientos y los del interrogador, y está totalmente abierta a cualquier sugestión. Si guarda todavía posturas de resistencia, se le puede

someter, como a Weissberg, al llamado sistema de la «cinta transportadora», «una banda sin fin que nunca se detiene», en la que el acusado es sometido a un interrogatorio continuo día y noche hasta el colapso: «como los interrogadores se relevaban continuamente, aquello podía durar indefinidamente... algunos prisioneros habían resistido las torturas, pero sólo conocí a un hombre que lograra resistir "la cinta"». O, como en el caso del periodista berlinés ya mencionado, se pueden introducir otras sutilezas:

Tras este proceso de ablandamiento se le consideró apto para el interrogatorio, que se realizaba prácticamente todas las noches durante siete u ocho horas seguidas a lo largo de un período de tres meses y luego otro de dos. El interrogatorio se prolongaba indefinidamente porque el interrogador escribía justamente lo contrario de lo que el prisionero decía, para luego comenzar trabajosamente una nueva declaración corregida.

Weissberg tuvo que enfrentarse con un interrogador que era capaz de estar gritando exactamente la misma pregunta durante horas sin la menor variación y sin mostrar síntoma alguno de fatiga. Por estos medios, o variaciones sobre ellos, el prisionero, que para entonces ya no es capaz de distinguir sus pensamientos de los de su interrogador, llega tarde o temprano a creer que el interrogador conoce el contenido de sus pensamientos. Se le puede enseñar la confesión real o ficticia de algún compañero suyo acusado del mismo crimen y decirle: «Ya se ha destapado todo, más vale que no te calles nada». Mediante un condicionamiento sistemático, se provoca una ansiedad que, en una fase posterior, se adjunta a conflictos creados de una forma artificial y basados en circunstancias cuidadosamente seleccionadas de la vida del sujeto. En algún momento, cuando lo juzga adecuado, el interrogador puede dar un cambio y mostrarse amable, generalmente tras haber obtenido algún tipo de «confesión» y haber quedado cortada la retirada. Un acto significativo de traición a sus antiguas creencias, como puede ser la denuncia de algún amigo, sella el pacto. Hay que recordar los ejemplos chinos para saber que, en muchos casos, estas confesiones están basadas en hechos reales, como cuando Vincent admitió haberle dicho a un amigo americano que había visto pasar a la artillería del Ejército Rojo tirada por caballos; este acto perfectamente inocuo fue definido por los comunistas chinos como «espionaje», y por consiguiente, como eran ellos los que hacían las leyes, Vincent era en ese sentido culpable. De forma similar, no cabe duda de que hubo una oposición a Stalin, y muchos de los que estuvieron implicados en ella tuvieron que hablar los unos con los otros a ese respecto; y sabiendo que aquello era traición, tenían ya que sentirse culpables; aunque

por supuesto, no cabe la menor duda de que la mayoría no eran culpables de los actos específicos que confesaron.

La fase de amabilidad puede comenzar cuando el interrogador le pide perdón por todo lo que ha ocurrido hasta entonces y le dice que lo único que quiere es ayudar a purgarse de sus faltas. El interrogador chino de Vincent le pidió disculpas por los sinsabores que le habían hecho pasar, y el interrogador ruso de Stypulkowski le dijo: «Lo siento por ti. Veo lo cansado que estás. Tengo el placer de informarte, en nombre de las autoridades que el Gobierno Soviético no tiene deseos de que pierdas la vida, ni de que te pases treinta años pudriéndote en un campo de trabajo en Siberia. Por el contrario, el Gobierno Soviético quiere que vivas y trabajes como un hombre libre.» Esta repentina muestra de «amistad» desequilibra al prisionero, quien rompe a llorar de la emoción, admitiendo sin trabas cualquier cosa que se le sugiere y proporcionando cuanta información se le pida. Cuando se alcanza esa fase, se le trata como a un «convaleciente», lo cual suele ser bastante necesario si se quiere que en el juicio público no muestre señales de la penosa experiencia que ha vivido. El último período se dedica a la racionalización y puesta en orden de todos los diversos elementos de su declaración. Lo más frecuente es que se le asigne una celda en mejores condiciones, con un grupo de conversos que se encargan de su reeducación y entrenamiento, o que sea confiado a instructores especiales. Los miembros del grupo de conversos se confiesan libremente los unos con los otros e informan a las autoridades de la conducta y de las declaraciones de los demás. Como ya hemos señalado, nada queda fuera de estas discusiones, que son una parodia de la psicoterapia de grupo, en lenguaje marxista en vez de freudiano: se discute abierta y públicamente de todo, desde los sentimientos del sujeto hacia los demás hasta sus hábitos de fumador y sus pensamientos y temores más personales. Si el método no surte efecto, no tarda en quedar firmemente injertado el «hombre nuevo», que se adhiere a los rasgos fundamentales de la personalidad básica y al temperamento del sujeto. La pizarra no «ha sido borrada»; lo que se ha hecho es implantar un nuevo rol. Si este rol es más satisfactorio que los anteriores, puede que persista, como en el caso de los conversos aparentes. Lo más común es que sea reemplazado gradualmente por el anterior cuando el sujeto se reintegra a la «reaccionaria sociedad capitalista».

En la medida en que nadie puede sufrir semejante experiencia sin ser influido por ella, no cabe duda de que el lavado de cerebro produce algunos efectos en todos los que han sido sometidos a él; pero tales efectos no son siempre, ni siquiera frecuentemente,

los mismos que el inquisidor perseguía, pues, su objetivo permanente es el cambiar las mentes a una forma particular de ortodoxia. De hecho, hemos visto que los que han sido convertidos de modo permanente o semipermanente eran gente que en cualquier caso poseía el tipo de personalidad totalitario-autoritaria que se siente naturalmente atraída por la ortodoxia. Son los «verdaderos creyentes» que se pasan la vida buscando lo que Robert Oppenheimer ha descrito como un «sistema estanco» —esto es— un sistema que permite ignorar casi automáticamente toda prueba que pueda ir en detrimento de la doctrina. El católico convencido encuentra que sus detractores adolecen de una «ignorancia invencible», el comunista piensa que los no comunistas están sometidos a una «caduca ideología burguesa», los psicoanalistas ortodoxos creen que los críticos de la doctrina freudiana pura están «racionalizando» su hostilidad inconsciente hacia lo que en realidad no quieren creer. No cabe argumento alguno (o, en cualquier caso, sólo cabe hasta un punto determinado), pues en último análisis uno tiene que tener la clase de fe que John Wesley predicaba a sus seguidores, la fe que cree porque es imposible. Para todos ellos la ortodoxia del grupo se convierte, con el tiempo, en algo mucho más importante que los fines para los que fue fundado; como ha dicho Rhadakrishnan de la religión organizada:

> ... no es a Dios a quien se adora, sino al grupo o a la autoridad que pretende hablar en Su nombre. El pecado se convierte en la desobediencia a la autoridad y no en la violación de la integridad.

A pesar de sus grandes diferencias doctrinales, todas las formas de totalitarismo son en el fondo iguales y atraen al mismo tipo de personas, y los realmente «conversos» por el lavado de cerebro han sido convertidos no a pesar suyo sino por causa de ellos mismos. Siempre han querido formar parte de los elegidos, y, en cuanto a los condenados, serán arrojados al fuego del infierno o, como dice el comunista Mao Tse-tung:

> ... para las clases hostiles, el aparato estatal es el instrumento de la opresión. Es violento y no «benevolente». Nuestra benevolencia sólo es aplicable al pueblo, y no a los actos reaccionarios de los reaccionarios y de las clases reaccionarias fuera del pueblo.

Toda la falacia sobre el lavado de cerebro (si con eso se quiere significar que una ideología pueda ser implantada de forma permanente en la mente de una persona sin tener en cuenta sus primitivas creencias o sus circunstancias externas) es la peculiar noción, implícita en el libro de Sargant *Battle for the Mind*, de que las ideas son «cosas» enclavadas en la mente y que pueden ser plantadas o desen-

terradas a voluntad. Lo cierto es que las ideas aunque están indudablemente representadas en el cerebro, son el resultado de la interacción entre el organismo y su entorno, tanto pasado como presente. Si la tesis de Sargant fuese correcta, no habría motivo para que *cualquier* idea no pudiera ser implantada y mantenida, con independencia de las circunstancias. Por ejemplo, tendría que ser posible el lavarle el cerebro a un individuo hasta hacerle creer que la tierra es plana o que la luna está hecha de queso verde.

Supongamos que eso sea verdaderamente posible, y que posteriormente todas las demás personas que profesan esa misma idea mueren, de suerte que en la sociedad en la que es liberado el prisionero no queda nadie que la comparta. ¿Qué sucedería entonces con el individuo que ha sufrido el lavado de cerebro? ¿Puede alguien mantener seriamente que ese individuo continuaría creyendo en el material con el que se le ha adoctrinado? Podríamos también implantar la idea de que el individuo en cuestión era Napoleón, en cuyo caso habríamos conseguido hacer de una persona normal un psicópata. Eso es posible que suceda en las obras de Strindberg, pero es difícil que se produzca en la vida real. En una palabra, ni Aldous Huxley ni Sargant parecen darse cuenta de que aunque el individuo puede modificar sus experiencias para coincidir con su personalidad básica, la única clase de persona capaz de mantener ideas sin relación alguna con su entorno social es el lunático. Esto es el contrasentido a que pueden llegar los que comparten un planteamiento básicamente mecanicista y neurológico, porque su actitud les lleva a suponer que la mente y el cerebro son sinónimos, mientras que la verdad es que la mente es inseparable del entorno. Puede que esté localizada en el cerebro, pero no es una creación del cerebro aislado; pues la mente es un producto social.

Por último, las ideas y las ideologías son *funcionales*, es decir, hasta las fantasías psicóticas juegan algún papel en el economía de la mente. Es por tanto imposible concebir ideas que flotan libremente, sin relación alguna con el pasado histórico del individuo ni con su entorno social presente, y que se pueden hacer arraigar mediante cualquier técnica. El individuo acepta creencias, no sólo porque sean «verdaderas» o «falsas», sino porque son *útiles* para adaptarse a sí mismo o a su entorno social. El esquizofrénico que sufre alucinaciones e interpreta sus «voces» como provenientes del exterior y no de su propio inconsciente no está más lejos de conseguir algún tipo de adaptación (aunque inadecuada) a su versión de la realidad que lo está el antisemita, cuyas creencias le permiten disculpar sus fracasos, o el conservador excesivamente fanático, cuyas creencias le sirven para justificar su miedo a un

cambio social. El hombre que es un comunista convencido en una sociedad anticomunista está quizás utilizando su credo político para explicarse a sí mismo y a los demás su antiautoritarismo (esto es, anti-*cualquier*-autoridad), mientras que el miembro moderado del Partido en una sociedad comunista está usando la política, entre otros motivos, para relacionarse con su sociedad. (Esa es, por supuesto, la razón de que la «vieja guardia» de cualquier revolución sea en último término repudiada, pues no se puede seguir con el esquema básico de «contra el gobierno» cuando el partido al que has ayudado a conquistar el poder se convierte, a su vez, en la odiada autoridad ortodoxa.)

Lo que hemos visto es que el individuo aceptará una creencia substitutiva, ya sea porque es capaz de realizar la misma función que la antigua —por ejemplo, satisfaciendo la necesidad de un credo totalitario que le proporcione certidumbre y controle sus «malos» impulsos— o porque la creencia se haya hecho ortodoxa y lo «natural» sea conformarse a ella, a no ser que esté dispuesto a convertirse en un marginado social. Por eso, es probable que en un país comunista el lavado de cerebro «funcione», pero apenas es necesario, pues a largo plazo la gente tiende a conformarse simplemente por ser social; pero si se le aplica a un individuo no totalitario que luego vuelve a una sociedad no comunista, no dará resultado. Al igual que la tortura física, podrá obligar a la víctima a admitir verdades o falsedades; pero, también como con la tortura ordinaria, no modificará sus pensamientos. La única excepción a esta regla es, como mencionábamos arriba, cuando la nueva creencia es un substituto perfecto de la vieja. Aparte de estas situaciones, el lavado de cerebro es en gran parte un lavado de ojos.

12. Conclusiones

Uno de los hallazgos más significativos de psiquiatras y psicólogos sociales en los últimos años es que a menudo es más fácil cambiar las actitudes de pequeños grupos de gente —siempre y cuando no se trate de casos excesivamente anómalos— que las de un individuo en solitario. Thrasher, psicólogo social americano, demostró en su estudio sobre las bandas de delincuentes que tales bandas le proporcionan al adolescente contactos sociales importantes y un cierto *status* al cual se muestra reacio a renunciar. Por eso, la mejor manera de tratar con estas bandas no es hacerlo con cada miembro por separado, sino más bien localizando a los jefes de la banda y dirigiendo su atención hacia los medios socialmente más aceptables de satisfacer las mismas necesidades. Cuando los jefes cambiaban, todo el mundo cambiaba con ellos. La razón de esto, y de otros ejemplos de cambio de actitudes ya estudiados, es que las actitudes de una persona no siempre están encerradas en su interior ni son atributos intrínsecos de su personalidad, sino que más bien constituyen una función de su papel en el seno de un determinado grupo o de una serie de grupos. Como una de las funciones de la mente es permitir que el organismo se adapte a un entorno cambiante, no tenemos por qué sorprendernos de que sea precisamente la gente estadísticamente más «normal» la más propensa no sólo a absorber las

actitudes corrientes en su medio social sino también a abandonarlas por otra cuando el medio cambia.

Este concepto de normalidad como adaptabilidad total a casi cualquier circunstancia (aunque básicamente según los propios parámetros de cada uno) se ha convertido en un aspecto muy criticado del actual pensamiento americano, atacado en algunas de sus formas más obvias por autores como David Reisman y W. H. Whyte. Este último dice en su libro *The Organization Man* que «...se está empezando a aceptar la opinión de que el individuo en cuanto tal no tiene sentido si no es como miembro de un grupo»; y, en nuestro país, D. W. Harding señala que «nosotros también sancionamos con excesiva facilidad la opinión de que "la adaptación social" es tan sólo una cuestión de la adaptación del individuo a su grupo», mientras que «...una cualidad necesaria para el logro de la individualidad es la capacidad para tolerar un cierto grado de soledad en el sentido de adherencia independiente a valores que los que están a tu alrededor no comparten». Esto está bien dicho; sin embargo, no nos debe impedir ver el hecho de que, a lo largo de casi todas las épocas históricas, la mayoría de la gente no ha apreciado la individualidad, sino que más bien se han dejado guiar por la tradición o, como en la época actual de veloz cambio técnico, cuando el mundo se transforma a ojos vistas y casi de un día para otro, por la observación e imitación de lo que hacen los demás. El hombre «autodirigido» ha sido siempre la excepción en vez de la regla.

Los que quieren criticar a la moderna sociedad de masas la emprenden con el carácter «heterodirigido» de sus ciudadanos y alegan que, en general, exige una uniformidad cada vez mayor en cuestiones de gusto o de ideología y considera al individualismo como un lujo indeseable. Pero aunque esta opinión fuese totalmente correcta (y luego daremos buenas razones para pensar que está lejos de ser toda la verdad), sería absurdo negar que una gran cantidad de gente es, y lo ha sido siempre, conformista en todos los aspectos y que la gran mayoría lo es para todas aquellas cosas que no entran en conflicto con su propio conjunto de valores profundamente arraigados.

En un sentido más filosófico, la «normalidad» debe incluir la capacidad de ajustarse a las exigencias de la personalidad básica así como a las necesidades de la sociedad. La persona alienada se caracteriza por el hecho de que se adapta tan bien como puede a sus conflictos internos, pero muy poco o nada a su medio social: el neurótico, por el hecho de que sus métodos de adaptación son rígidos, estereotipados o de alcance limitado, y la persona «normal», por el hecho de que su adaptación, aunque adecuada,

nunca llega a violentar su yo real, tenga o no su personalidad profundidad alguna. Por consiguiente, una persona no es anormal por el simple hecho de que, al no tener un carácter demasiado profundo, elige conformarse en lo fundamental. El conformista anormal es el que se conforma por motivos neuróticos tales como el «masoquismo moral» o la «conformidad del autómata» descritos por Fromm, y ambos basados en la tendencia inconsciente a sentir que «yo soy exactamente igual que tú, y seré como tú quieras que sea». La sociabilidad no se opone necesariamente al individualismo, pues, por ejemplo, el individualismo de la Europa burguesa del siglo XVIII no se basaba en el hombre aislado y solitario, sino más bien en el hombre que era miembro de multitud de pequeños grupos con opiniones muy diferentes. Era un individuo único precisamente por ser sociable y estar sometido a tantos climas de opinión distintos. El hombre de la masa, se dice, es más uniforme en sus opiniones porque han sido destruidos muchos de estos grupos primarios de contacto directo, y otros, como la familia, están siendo atacados. De ahí que generalmente se suponga que está a merced de los medios de comunicación de masas, que llevan los mismos mensajes a todo el mundo. Hemos visto, sin embargo, que toda la evidencia apunta en el sentido contrario, pues la «hipótesis de los dos pasos» deja claro que el mensaje de los medios de comunicación, lejos de ser recibido de una forma directa, suele llegar al individuo bien a través de terceros, bien en una atmósfera de discusión con grupos de amigos, vecinos o en el seno de la familia.

Al igual que las condiciones económicas en la Inglaterra del siglo XIX movieron a Darwin a formular la tesis perfectamente correcta de la «supervivencia de los más aptos» en la esfera de la biología, así las condiciones sociales de nuestra propia época han hecho que advirtamos la importancia de los factores sociales y culturales en la formación del hombre. El advenimiento de la Revolución Industrial había sido la causa de que filósofos y psicólogos se planteasen al hombre como una estructura casi prefabricada que sale ya hecha del claustro materno, desestimando por completo su naturaleza social. Lo imaginaban como una especie de isla biológica, porque el *self-made man* era el mito adecuado a la época. Este mito ha demostrado ser falso, porque en la formación de la personalidad interviene no sólo la naturaleza heredada, sino, consciente o inconscientemente, muchas otras personas. Lo cierto es que somos más rígidos y más maleables de lo que se venía suponiendo hasta ahora, rígidos en nuestro esquema básico de personalidad, y maleables (dentro de ciertos límites determinados por el esquema básico) en nuestra personalidad peri-

férica, cuyos diversos *roles* cambian conforme pasamos de un grupo a otro. Esto está resultando evidente incluso para los psicoanalistas, que en el pasado mostraban cierta tendencia a centrarse en el individuo aislado y en sus rasgos intrínsecos, excluyendo de su análisis los factores sociales. Por una parte, están descubriendo que el yo básico es más resistente al cambio de lo que se suponía, y Helene Deutsch, por ejemplo, admite que «...no eliminamos las causas primarias de la neurosis; sólo ayudamos a conseguir una mayor capacidad para cambiar las frustraciones neuróticas por compensaciones válidas». Por otra parte, cada vez está más claro que la neurosis es una enfermedad de grupo en la que está implicada no sólo la familia, sino también la propia sociedad. S. H. Foulkes, en un artículo titulado «Psicoterapia 1961» *(Brit. J. Med. Psychol.,* 1961, 34,91) dice:

Las primeras manifestaciones de la neurosis en el contexto de la infancia no son sino síntomas de una constelación total, una neurosis familiar, por decirlo así. La crisis neurótica aguda en el adulto es el producto de procesos de interacción en los que están profundamente implicadas una serie de personas. Este *insight* —aparte de su profundo significado teórico— tiene una considerable importancia práctica para la psicoterapia.

Foulkes cita a E. Lindemann, de Harvard, y a otros para demostrar que con frecuencia, si es que no siempre, la mejoría del paciente provoca una oposición activa, si bien en gran parte inconsciente, por parte del resto de los involucrados, y, en algunos casos, al mejorar un paciente cae enfermo otro miembro de la familia. «El proceso patológico se concentra en otro miembro o miembros de esa red y se manifiesta a través de ellos.» Concluye diciendo:

Las limitaciones básicas de la psicoterapia se deben, según Freud, a factores biológicos que se consideraban inalterables. Las investigaciones modernas han demostrado que mucho de lo que parecía ser herencia biológica forma parte en realidad de la herencia cultural transmitida socialmente. El equilibrio del individuo, esto es, su salud mental, dependería por consiguiente de su interacción con otros miembros de la malla social.

Estas observaciones sugieren, como hemos demostrado en otro lugar, que las actitudes son de difícil cambio *a*) cuando forman parte de la estructura básica de la personalidad, y *b*) cuando están en función de la situación del grupo o entorno dentro del que se encuentra virtualmente atrapado. Así, el obrero receloso puede ser un paranoico porque lo haya sido desde su infancia, o bien porque pertenezca a un grupo que se enfrenta a una

situación paranoica en la que el recelo es una respuesta natural a las circunstancias. El primer caso sería difícil de tratar por cualquier medio; el segundo cambiará en cuanto el individuo se traslade de ambiente. Pero como no siempre podemos cambiar a voluntad nuestros contactos o circunstancias sociales, seguirá siendo el mismo mientras permanezca inalterada la situación. La persona normal es adaptable (dentro de los límites de la estructura de su personalidad) cuando se traslada de un grupo a otro, y dentro de esos límites la adaptabilidad es un signo de normalidad. Las experiencias de adoctrinamiento político en Corea demostraron que mientras permaneció intacta la moral del grupo, las presiones ajenas no pudieron influir en sus miembros; uno de los principales empeños por parte de los chinos era romper la solidaridad del grupo, sembrando la discordia entre sus miembros. La moral de grupo actúa a modo de armadura que protege al individuo de las presiones externas, incluida la de los medios de comunicación de masas. Sucedió a menudo durante la Segunda Guerra Mundial que los neuróticos, que en otras circunstancias se hubiesen venido abajo, se mantenían como miembros útiles cuando la moral del grupo era alta, derrumbándose sólo cuando eran trasladados a otra unidad que tenía baja la moral.

Está claro que el individuo observa un código de moral personal incluso cuando está solo y esto deriva tanto de su agudo sentido de identidad personal como de las relaciones sociales y ambientales, que son las que preservan esa identidad y en gran medida la crean. Por consiguiente, el primer objetivo de cualquier técnica para el lavado de cerebro es suprimir ambas relaciones mediante métodos como el aislamiento total y la humillación. A pesar de todo, la persona normal, aunque naturalmente no sale indemne de la experiencia, tarda poco en volver a integrarse cuando regresa a su antiguo entorno. Lo más sorprendente del lavado de cerebro o del adoctrinamiento político es su relativa ineficacia *ideológica* una vez que se deja atrás la atmósfera en la que se ha desarrollado. No hay razón para dudar de su eficacia en aquellos que permanecen en una sociedad comunista, porque allí, donde menos se necesita, se repasan constantemente sus lecciones y la conformidad se da de un modo natural, especialmente entre los jóvenes. Cuando no es ese el caso, los resultados son muy otros. Ocurre lo mismo con los conversos a cualquier credo político o religioso; pues a no ser que el credo armonice con otras tendencias dominantes de la personalidad, pronto se prescinde de él en ausencia de un contacto constante con el predicador y sus fanáticos discípulos o de una integración permanente en el propio grupo. Es interesante, a este respecto, estudiar los métodos empleados por John Wesley

para mantener la fe de sus conversos: aunque orientados hacia fines muy distintos, guardan una curiosa similitud con los métodos empleados por los movimientos políticos totalitarios de la actualidad. Aunque Wesley era en principio un clérigo de la *High Church** y durante casi toda su vida fue miembro de la Iglesia de Inglaterra, el sistema que siguió para organizar el «llamado pueblo metodista» fue agruparlo en una serie de sociedades vinculadas entre sí a través de «circuitos» supervisados por un ministro, y que, a su vez, estaban encuadrados en «distritos», confluyendo todas estas entidades en un cuerpo único a las órdenes de la asamblea de ministros. Los ministros eran ambulantes, y para evitar que perdieran su pureza eran destinados todos los años a un circuito diferente. La unidad de la organización la constituía la «reunión de clase», en la cual, los miembros, bajo la supervisión de un «jefe» electo, tenían que relatar sus «experiencias» y frecuentemente eran objeto de un minucioso examen acerca de los temas más personales, similar a otros ya descritos. Es obvio que la confesión tiene un efecto de ligazón entre los miembros de un grupo, pues cada miembro se siente ligado a los demás no sólo por la experiencia de «compartir» algo sino también porque cada cual tiene algo «en» su vecino por razón de sus confesiones. Por mucha dignidad y arrogancia que exhiba un hombre o una mujer cuando actúa fuera de su grupo, es consciente de que los miembros le conocen tal y como es en realidad. Al final del trimestre, cada persona recibía una tarjeta de miembro que le facultaba para asistr a los Servicios Sacramentales mensuales; Wesley se mostraba extraordinariamente estricto en punto a la asistencia regular a tales servicios. Se hacía una lista con los asistentes y no se consideraba miembro al que no figurase en ella, bastando tres o cuatro ausencias para que un miembro fuese expulsado, pues a Wesley le preocupaban poco los números y no consideraba que el «penique a la semana y el chelín al trimestre», que era el precio de la tarjeta, mereciera la pena cobrárselo a cualquiera que no se entregase con fervor fanático a la causa. Se puso gran interés en la captación de jóvenes y niños a una edad temprana, y Wesley, muy impresionado por los modelos de escuelas dominicales de Robert Raikes, se ocupó personalmente de que toda capilla metodista tuviese su escuela dominical. También restableció los «ágapes» o «fiestas del amor» de la primitiva Iglesia, que eran reuniones de los miembros para

---

* *High Church;* literalmente, Alta Iglesia. Sector de la Iglesia Anglicana que subraya la importancia del sacerdocio, de los ritos y sacramentos, y que defiende una doctrina más ortodoxa que la de las otras iglesias Protestantes. *(N. del T.)*

contarse «experiencias» y estrechar los lazos de hermandad entre los miembros de la Sociedad. El director de la «clase» tenía que hacer una visita semanal a cada uno de los doce grupos que estaban a su cargo, ostensiblemente para recaudar sus contribuciones, pero realmente para enjuiciar si sus conversiones eran sinceras o no: todos aquellos cuyo arrepentimiento no era sincero eran inmediatamente expulsados tanto de la catequesis como de la Sociedad. Como escribiera Wesley:

> Reuní a todos los jefes de la clase (así solíamos denominarlos a ellos y a sus compañías) y les expresé el deseo de que cada uno de ellos realizara una encuesta particular sobre la conducta de aquellos a quienes veíamos semanalmente. Así lo hicieron, y descubrieron que eran muchos los descarriados. Algunos enderezaron su camino. Otros fueron apartados de nosotros. Muchos reflexionaron sobre ello con temor, y se regocijaron en Dios con veneración. En cuanto fue posible se empleó el mismo método en Londres y en otros lugares. Se descubría a los pecadores y se les reprendía. Durante un tiempo fuimos indulgentes con ellos. Si repudiaban sus pecados, los acogíamos gustosamente; si persistían obstinadamente, se declaraba abiertamente que no era de los nuestros. El resto lo lamentaba y rezaba por ellos, celebrando a pesar de todo que, en lo tocante a nosotros, el escándalo no trascendiera a la sociedad.

Sargant, que contempla el problema desde el punto de vista del conductismo de Pavlov, señala los diferentes métodos necesarios para convertir a las personas de distintos tipos temperamentales. El extrovertido normal y corriente, por ejemplo, parece ser más «accesible», y para mantener sus nuevas creencias es suficiente con utilizar estímulos de grupo primitivos e inconcretos, siempre que produzcan una sacudida emocional fuerte, prolongada y reiterativa. La persona obsesiva, o el introvertido, «pueden ser más insensibles a este tratamiento; el debilitamiento físico, una aproximación personal y una fortísima presión individual pueden ser necesarios entonces para cambiar su conducta y, en el período inmediato, una insistencia constante y una meticulosa explicación de la doctrina». Desde el punto de vista más freudiano que hemos adoptado aquí, no hay razón para rechazar estas observaciones, pues es notorio que el extrovertido es un buen sujeto para la hipnosis, mientras que la persona obsesiva es difícil de influir por cualquier método: es, en conjunto, resistente a las drogas, la terapia de electro-choques suele ser más perjudicial que beneficiosa, y pone en un aprieto al psicoanalista a pesar de que cabría esperar que el obsesivo, cuyo mal es generalmente de origen intelectual, respondiera de un modo más satisfactorio.

Lo que Lifton descubrió, y esto es fundamental para la compren-

sión del proceso del lavado de cerebro, fue que el individuo con el cerebro lavado seguía siendo más o menos el mismo tipo de persona que antes; quizá albergase temporalmente un nuevo conjunto de creencias, si no encajaban en su carácter anterior, no tardaba en desecharlas. El totalitario, con su inclinación al «todo o nada», aceptaba más o menos voluntariamente la nueva modalidad totalitaria, o regresaba después de un tiempo a su antigua modalidad; el anti-autoritario se resistía al adoctrinamiento y mostraba la misma hostilidad hacia la nueva autoridad que la que había demostrado con la anterior; y en ausencia de un reforzamiento constante, el extrovertido normal volvía a su primitivo esquema de adaptarse a cualquier ambiente. El punto más significativo es que ni el adoctrinamiento político ni el lavado de cerebro demostraron surtir efectos permanentes del tipo que se quería, excepto en aquellos casos en los que se podía esperar que fuesen aceptadas las nuevas creencias incluso si éstas hubiesen sido propuestas en circunstancias normales. La gente colabora en el proceso de adoctrinamiento político por toda suerte de razones, como la de adoptar una actitud de resistencia mínima, por miedo o codicia, pero sólo en una reducidísima minoría de casos las razones son ideológicas. A este respecto, los resultados globales del programa intensivo de los chinos no fueron, en última instancia, más eficaces que lo que cabría esperar de un enfervorecido mitin político. Los comunistas lograron en muchos casos la colaboración de los soldados americanos, pero consiguieron muy pocos conversos auténticos. El lavado de cerebro encuentra aplicación en la obtención o fabricación de pruebas para juicios amañados, pero es dudoso que como método sea más eficaz a este respecto que la tortura física ordinaria, como la que supuestamente utilizaron los franceses en Argelia. No tiene ninguna utilidad para producir conversos permanentes.

Analicemos ahora con más detalle las dos afirmaciones de Aldous Huxley: *a*) que un grupo de los más eminentes filósofos sometido a los sonidos rítmicos de un «tamboreo africano, de unas canciones indias, o de la interpretación de himnos galeses» terminaría «brincando y aullando con los salvajes», y *b*) que «se han inventado ingenios nuevos y anteriormente inimaginables para incitar a las masas». Esta segunda afirmación se elabora como sigue:

Está la radio, que ha extendido enormemente el alcance del ronco griterío del demagogo. Está el altavoz, que amplifica y multiplica indefinidamente la violenta melodía del odio de clases y del nacionalismo militante. Está la cámara fotográfica (de la que un día se dijo ingenuamente que «no puede mentir») y sus vástagos, el cine y la televisión... Reúnase a una multitud de hombres y mujeres previamente condicionados por la lectura diaria

de los periódicos; sométaseles a un tratamiento a base de música de banda amplificada, luces potentes y la oratoria de un demagogo que (como sucede siempre con los demagogos) sea simultáneamente el explotador y la víctima de la intoxicación de la horda, y en muy poco tiempo quedarán reducidos a un estado casi inconsciente de subhumanidad. Nunca hasta ahora había habido tan pocos en posición de hacer locos, maníacos o criminales de tantos. *(Los diablos de Londun).*'

La primera afirmación está relacionada con los efectos del ritmo en el cerebro humano, sobre lo que Sargant tiene esto que decir:

Debería estar más difundido el conocimiento de que los registros eléctricos del cerebro humano muestran una especial sensibilidad a la estimulación rítmica mediante percusión y luz potente, entre otras cosas, y que ciertas cadencias rítmicas pueden producir anormalidades registrables en el funcionamiento del cerebro y estados de tensión explosiva que por sí solos pueden producir ataques convulsivos en sujetos predispuestos. Se puede persuadir a ciertas personas para que bailen al son del ritmo hasta caer exhaustas. Además, es más fácil desorganizar la función normal del cerebro atacándolo con varios ritmos fuertes en tiempos diferentes. La inhibición protectora subsiguiente sobreviene en seguida en los temperamentos inhibitorios débiles, y tras un largo período de estimulación en los excitatorios fuertes.

El descubrimiento de que el cerebro tiene sus propios ritmos naturales, que pueden ser medidos a través del instrumento conocido por electroencefalógrafo, se debe a Berger, quien señaló su presencia en 1928. El método empleado es en teoría, aunque no en la práctica, muy sencillo; los electrodos fijados en el cuero cabelludo recogen los pequeños voltajes debidos a las fluctuaciones eléctricas en el cerebro, voltajes que son amplificados a gran escala por el instrumento y luego conectados a una serie de trazadores que registran las ondas en un papel colocado sobre un tambor giratorio. Entre las más importantes están las ondas *alfa*, con una frecuencia de 8 a 10 ciclos por segundo, las ondas *theta*, con una frecuencia de 4 a 7 ciclos por segundo, y las anómalas ondas *delta*, con una frecuencia mucho más baja, que están relacionadas con la epilepsia, algunos casos de personalidad psicopática y los tumores cerebrales. En 1946, el doctor Grey Walter, director del *Burden Neurological Institute* en Bristol, a quien se deben muchos de estos hallazgos, descubrió que la información contenida en un electroencefalograma (o EEG) podía ser muy aumentada sometiendo al cerebro a una estimulación rítmica, especialmente al destello de una luz potente cerca de los ojos, pues, como la luz penetra fácilmente a través de los párpados translúcidos, no importa que el sujeto cierre los ojos. Los primeros experimentos se llevaron a cabo proyectando una luz a través de una rueda giratoria de

radios anchos, utilizándose más tarde un estroboscopio electrónico de frecuencia regulable. Pronto se comprobó que, a determinadas frecuencias, la serie rítmica de destellos parecía derribar algunas de las barreras fisiológicas entre las diferentes regiones del cerebro. Esto significa que el estímulo de la luz intermitente recibido en la zona visual, que está en la parte posterior del cerebro, desbordaba sus límites e inundaba otras zonas. Dado que se supone que es esto lo que ocurre cuando un epiléptico sufre un ataque, este descubrimiento condujo al empleo de la luz intermitente como ayuda en el diagnóstico de la epilepsia, descubriéndose que provocaba contracciones cuando se alcanzaba una frecuencia apropiada. Pero no sólo reaccionaban así los casos clínicos de epilepsia, pues tras estudiar los efectos de la luz intermitente en varios centenares de individuos a título experimental, se comprobó que un tres o un cuatro por ciento, al ser sometidos a una luz intermitente cuidadosamente ajustada, producía respuestas indistinguibles de aquéllas que previamente avalaban un diagnóstico de epilepsia. Aunque no se consideró oportuno continuar la experimentación con estos casos hasta llegar a una fase de mayores contracciones, todos ellos notaron «sensaciones extrañas», mareos o vértigos y algunos quedaban inconscientes durante algunos segundos o comenzaban a mover los miembros al ritmo de los destellos de luz.

Cosas muy parecidas pueden suceder en circunstancias ordinarias fuera del laboratorio; por ejemplo, conduciendo un automóvil por una carretera bordeada de árboles que estén situados a igual distancia unos de otros, de forma que el sol le pegue directamente en la cara al conductor a intervalos regulares. Uno de los sujetos de Grey Walter se había quedado varias veces «traspuesto» durante un instante al ir hacia su casa en bicicleta por una alameda en tardes soleadas. En este caso, la pérdida de control inducida por la luz intermitente hacía que el sujeto detuviese su pedaleo, con lo que disminuía la frecuencia de la intermitencia y la experiencia terminaba. Otro caso: un hombre descubrió que, cuando iba al cine, sentía de pronto un impulso irresistible de estrangular a la persona que se sentase a su lado; no llegó nunca a hacer daño a nadie, pero volvía en sí cuando ya tenía sus manos en la garganta de su vecino. Este hombre, al ser sometido a una luz intermitente artificial, comenzó a sacudirse violentamente cuando el ritmo era de unos cincuenta destellos por segundo, pero podía evitar las sacudidas poniendo voluntariamente en tensión sus miembros.

Se descubrió que estos efectos eran más pronunciados cuando la intermitencia estaba sincronizada con el ritmo alfa del cerebro.

Esta sincronización se consiguió más tarde por un sistema de retroalimentación de control automático; el destello era disparado por los propios ritmos cerebrales; en estas circunstancias, los efectos de la intermitencia eran aún más pronunciados: más del cincuenta por ciento de los sujetos adultos normales sufrían descargas paroxismales de tipo epiléptico. Pero estas primeras respuestas pronto desaparecían bajo una exposición continua, lo que sugiere que el cerebro «aprendía» a no reaccionar de un modo anómalo. Un peculiar efecto adicional era la producción de una viva ilusión de que todo se movía cuando se cerraban los ojos; esta sensación era aún más acusada cuando el intermitente producía entre ocho y veinticinco destellos por segundo y adoptaba una diversidad de formas. Generalmente era «una especie de cuadro o mosaico de pulsaciones, a menudo en colores vivos. A determinadas frecuencias —alrededor de las diez por segundo— algunos sujetos veían espirales giratorias, torbellinos, explosiones, ruedas de fuegos artificiales». También se experimentan sensaciones no visuales:

> Algunos describen señsaciones de vértigo, de estar tambaleándose o saltando, y hasta de estar girando. Algunos sujetos siguieron modelos epilépticos, como los ya descritos. Las experiencias auditivas son raras; pero puede incluso haber alucinaciones organizadas, esto es, escenas completas, como en los sueños, en las cuales interviene más de un sentido. Se experimentan toda suerte de emociones: fatiga, confusión, miedo, disgusto, ira, placer. A veces se pierde el sentido del tiempo. Un sujeto dijo haber sido «empujado a un lado en el tiempo» —el pasado estaba al lado, en vez de detrás y el futuro fuera de la banda de babor.

Sin embargo, desde nuestro punto de vista, el hecho más significativo es que semejantes experiencias pueden ser controladas a voluntad:

> *La voluntad del sujeto también puede entrar en juego: puede, por ejemplo, resistirse consciente y eficazmente a dar paso a las emociones o alucinaciones engendradas por el intermitente, lo cual no deja de tener un interés social a la vez que arroja nueva luz sobre la cuestión de la autodisciplina.*

Si un individuo normal es capaz de resistir los efectos producidos por el equipo más complejo de cuantos se conocen hasta ahora, obviamente es más que probable que los ritmos del tamboreo primitivo o de los cánticos pueden ser soportados de forma similar por quien se lo proponga. La experiencia cotidiana demuestra que es así; hoy día en que tan extendida está la costumbre de viajar al extranjero, hay mucha gente que se expone a esos estímulos sin otros resultados que el aburrimiento, una tibia curiosidad o una excitación emocional bastante moderada. Si la gente se excita profundamente con el tamboreo y con los cánticos no

es por efecto puramente mecánico, sino porque creen en el credo que aquéllos comunican y se dejan llevar a un estado de frenesí. Ese es precisamente su objetivo cuando asisten a la reunión. El incrédulo puede que se excite y se conmueva, pero no pierde el control de sí mismo; y ya hemos visto que incluso el creyente se controla más y la ceremonia es más artificial de lo que Huxley parece suponer. Ninguno de los estímulos que hemos analizado puede inducir una creencia, salvo en aquellas personas que ya se han convertido o están a punto de hacerlo. Se trata más bien de que la creencia, más la exposición a estos estímulos, conduce a los efectos observados. El descubrimiento del efecto del estímulo rítmico en el cerebro es de la mayor importancia para la neurofisiología, pero no añade nada que no supiésemos ya a nuestro conocimiento de los efectos del ritmo sobre el comportamiento humano *en masse*.

Examinemos ahora la segunda afirmación de Huxley, que se refiere a los medios de comunicación de masas. Aquí también nos basta con repasar la evidencia para ver que no podemos aceptar la afirmación sin considerables reservas. Hitler, a quien tenemos que citar de nuevo como el mayor demagogo de los tiempos modernos, ejerció un control absoluto sobre los medios de comunicación y, además, tenía delante de él a millones de personas que estaban ya al borde de la revolución. Si inclinó la balanza a favor del fascismo, y no del comunismo, fue más que nada porque le ofrecía a la gente lo que ésta quería. Aparte de los alemanes (que ya estaban predispuestos), no tuvo apenas influencia sobre ninguna otra nación, excepción hecha de sus minorías germanas. Cuando pensamos en la histeria colectiva como si fuese una característica de la sociedad de masas de nuestros días, olvidamos la historia; pues no ha habido nada en los siglos recientes que se pueda comparar a las histéricas manifestaciones sociales de la Edad Media, desde las Cruzadas hasta las ya mencionadas manías del baile y de las palizas. Sin poder beneficiarse de ventajas como la radio, las orquestas, los amplificadores o los altavoces, Pedro el Ermitaño, a lomos de una mula, vestido con una basta camisa de lana y su manto de asceta, creó una increíble ola de histeria que se extendió por casi toda Europa. Con el beneplácito del papa Urbano II, predicó la guerra contra el infiel, y en todas partes se congregaba el populacho para escucharle.

Fue admitida la pretensión de los deudores, que la llamada del cielo era más importante que las reclamaciones de los hombres. Los asesinos, adúlte-

ros, ladrones y piratas abandonaron sus inicuas ocupaciones y declararon que lavarían sus pecados en la sangre del Infiel. En pocas palabras, miles y millones de santos y pecadores armados se aprestaron a librar las batallas del Señor.

Así escribe Charles Mills, el historiador de las Cruzadas. Los peregrinos se entregaban al pillaje allí por donde pasaban, dejando un reguero de saqueo y rapiña a lo largo de la cuenca del Danubio, y a través de Hungría hasta la costa. «¡Que asesinen a todos; el Señor conocerá a los suyos»! dijo supuestamente el papa. Cuando Pedro prosiguió su gran marcha, le seguían cuarenta mil hombres, mujeres y niños, y aunque se denominaba Ejército de los Campesinos, no fue un ejército en el sentido real de la palabra:

Unos cuantos hombres de sangre noble cabalgaban entre la multitud, junto a sus siervos, y unos cuantos hombres armados avanzaban a pie. Mujeres adornadas de las calles de París iban sentadas en los carros que llevaban la impedimenta; detrás suyo correteaban andrajosos pícaros, tipos de las callejas, sin dueño ni dinero. Entre la chusma iban monjes impostores y penitentes, saltimbanquis y buscapleitos, cantores de himnos y rateros.

Se vieron signos maravillosos y portentos, las estrellas caían en llamas del firmamento nocturno y una gran espada brilló en los cielos señalando el camino a la Ciudad Santa. Hubo noticias de una gran plaga de langosta que asolaba los viñedos del Turco Infiel y, en Malleville, fueron asesinados o hechos prisioneros siete mil húngaros:

[Los Cruzados] se entregaron a todo tipo de abusos y libertinaje. No se respetaba ni el tesoro público ni la propiedad privada. La castidad virginal no servía de protección, ni se salvaguardaba la virtud conyugal; y en medio de sus salvajes excesos juraban que de esa forma vengarían las atrocidades de los turcos.

La Cruzada de los Niños de 1212 fue iniciada por un pastorcillo francés llamado Étienne, a quien, en una visión, Cristo le nombró embajador suyo para que hiciera una peregrinación a Tierra Santa y recuperara el Santo Sepulcro de manos del Infiel. Atravesando Francia se le unieron miles de niños y niñas; algunos portaban armas y todos llevaban emblemas con la Cruz. A medida que se extendía la locura por el país, los padres eran incapaces de controlar a sus hijos, que berreaban hasta arrancarles el permiso para ir o se escapaban de noche camino de Marsella, donde esperaban que el mar se retirase a una orden de Étienne. Como eso no sucedió, embarcaron en siete navíos, dos de los cuales se hundieron con todo el pasaje, mientras que los otros ponían rumbo a los mercados de esclavos de Bugía y Alejandría, donde fueron

vendidos todos los niños supervivientes. En 1237 se inició otra Cruzada de los Niños en Erfurt, y la última que hubo en Francia fue en 1458.

Cabría argüir, claro está, que todas las guerras son una forma de histeria colectiva, pero sería hablar en sentido figurado, porque una guerra tendría poco objeto si no se hace con arreglo a unos planes cuidadosa y fríamente calculados: hasta los excesos de Hitler estaban estrictamente sometidos a un control racional. Los casos que hemos visto fueron casos de histeria colectiva, pero aun así tenían un fundamento político y económico; pues, a esta distancia en el tiempo, está claro que las Cruzadas fueron una fase en la expansión política y económica de Europa Occidental, el capítulo medieval de la historia del Imperialismo. En la actualidad, hay razones para creer que la histeria colectiva es un fenómeno cada vez más infrecuente en los países técnicamente más avanzados y que una de las principales características de la moderna sociedad de masas, a pesar de los poderosos medios de comunicación que están bajo su control, es una especie de desvirtuación del sentimiento acompañada de una tendencia más bien estéril a racionalizar toda experiencia. Nuestro problema, si es que hay tal problema, no es que la gente se reúna demasiado a menudo en colectividad, sino que, incluso cuando lo hace, constituye esencialmente esa «muchedumbre solitaria» que nos describe Riesman. ¿Dónde están esos que convierten en locos, maníacos y criminales a tanta gente?

Estamos, de hecho, tan escarmentados por las multitudes que hasta los fascistas y los comunistas tienen que recurrir a «manifestaciones» cuidadosamente montadas de «voluntarios» obligados, y por primera vez desde que nació la publicidad hemos empezado a criticar cada vez más sus objetivos (piénsese, por ejemplo, en la formación de las Asociaciones de Consumidores o en el Comité Moloney de 1962). Las campañas de predicación del doctor Billy Graham o la Final de la Copa de Wembley pueden suscitar algunas emociones colectivas, pero no son nada al lado de las campañas de Wesley, y para encontrar ejemplos de comportamiento auténticamente multitudinario en Inglaterra tendríamos que remontarnos a los forzudos cartistas* de mediados del siglo pasado, o para un ejemplo verdaderamente bueno hasta los disturbios de Gordon en el siglo XVIII. El efecto general de lo que para Huxley son «ingenios nuevos y anteriormente inimaginables» ha sido el de

* «Cartistas»: movimiento para la reforma democrática, política y social en Inglaterra (1836-1848), basado en los principios enunciados en el «People's Charter» (Carta del Pueblo).

producir, no una excitación masiva, sino (en terminología conductista) un estado de inhibición cerebral semejante al de los perros de Pavlov excesivamente estimulados. Es en las super-idealizadas sociedades «orgánicas» de los países subdesarrollados, en donde tales ingenios son todavía difícilmente asequibles, donde debemos buscar los ejemplos actuales de histeria colectiva.

Lo que hay que observar aquí no es que nadie está tratando de manipularnos, pues es evidente que en ciertos campos, como en el de la política y en el de la publicidad, se están haciendo denodados esfuerzos para conseguirlo. Es más bien que, si está habiendo una manipulación, ciertamente no es a través de una intoxicación gregaria inducida por minorías poderosas. Un cierto grado de conformismo y de «estandarización» son características necesarias de una sociedad igualitaria; pues al igual que el panorama económico del siglo XVIII, con sus empresarios en libre competencia, iba acompañado de libre competencia en la esfera intelectual, así una sociedad basada en la producción masiva y en grandes unidades económicas tiende, dentro de unos límites, a estandarizar el gusto, si es que no las opiniones. Este hecho fue utilizado por los que pronosticaban y temían el advenimiento del siglo del hombre común para sugerir que el resultado inevitable de la democracia popular sería una tiranía de la mayoría. De Tocqueville hizo esta profecía de los Estados Unidos y en Gran Bretaña, el ensayo «Sobre la libertad» de John Stuart Mill expresaba la angustia del autor porque en semejante sociedad «cesase todo apoyo social al inconformismo, toda fuerza real en la sociedad que se interesase en la protección de opiniones y tendencias en desacuerdo con las del público». Según Ortega y Gasset, el problema surge en parte por el reconocido derecho de cada individuo en una sociedad de masas a opiniones propias sin referencia a normas fijas; pues, mientras que en épocas anteriores el hombre de la calle guardaba silencio y o bien aceptaba las opiniones de sus «mejores» o se manifestaba en contra de ellos a través de explosiones de violencia colectiva, hoy día «... no hay cuestión de la vida pública donde no intervenga, ciego y sordo como es, imponiendo sus "opiniones"». Podemos no estar de acuerdo con la postura ética de Ortega, pero no hay duda de que su descripción de lo que sucedía o estaba a punto de suceder se acerca mucho más a la verdad que la imagen de las masas sometidas a la manipulación de minorías intrigantes y siniestras.

La verdadera cuestión, desde luego, es de dónde saca el hombre o la mujer de la calle las opiniones, que, según Ortega, está tan decidido a imponer a sus «mejores»; habría muchos que responderían esa pregunta sin pensar, diciendo que proceden de los

medios de comunicación de masas. Nadie podrá negar que esto sea cierto en el caso de los países totalitarios, donde realmente existe una minoría que no sólo controla los medios de comunicación, sino que detenta el poder mucho más importante de censura, con el cual puede suprimir cualquier opinión disidente, aunque también hemos visto cómo, en esos casos, las masas están a menudo hambrientas de información del exterior y cómo hay corrientes de moda y cultos peculiares que de alguna manera se las arreglan para eludir las barreras. Pero la lección principal a extraer de nuestro estudio sobre la propaganda podría ser la impermeabilidad de la gente a los mensajes que no encajan en su propia imagen del mundo y en sus propias circunstancias objetivas, y cómo escogen deliberadamente (aunque inconscientemente) tan sólo aquellas opiniones que están de acuerdo con las suyas. Por eso, a pesar de las concentraciones de poder en la prensa británica y la gran cantidad de personas (una de cada tres) que leían el *Daily Express* de lord Beaverbrook, difícilmente se puede pretender que ni siquiera una minoría numerosa de individuos haya aceptado de buen grado las peculiares opiniones que, de cuando en cuando, lanzaba Beaverbrook respaldado por su inmenso poder. La mayoría de los habitantes de nuestro país siguen siendo socialistas, a pesar de la ausencia de órganos socialistas para expresar sus opiniones e incluso a pesar del hecho de que son relativamente pocos los que leen las publicaciones socialistas existentes. En otras palabras, la gran mayoría de los socialistas prefieren leer la prensa capitalista de derechas al tiempo que conservan sus propias opiniones políticas; votan según su afiliación a un grupo y según las condiciones objetivas reflejadas en cosas tales como los salarios, la vivienda, etc., sin que tengan en cuenta los argumentos de sus oponentes políticos. Casi desde sus orígenes, la BBC (con la mejor de las intenciones) ha venido expresando una concepción de la vida predominantemente de clase media, presentada con un acento «cultural», pero las encuestas de opinión pública han demostrado que la clase obrera todavía considera que la BBC representa a los «otros» (esto es, al *establishment*); el acento no se ha extendido, y aunque es cierto que la Gran Bretaña de hoy día se ha hecho más de clase media en lo que respecta a aspectos como las compras y los gastos, las actitudes básicas de la clase obrera en todo lo relativo al trabajo, al sustento y a los valores socioculturales apenas han cambiado. Por otra parte, hay muchas influencias de la clase obrera que han comenzado a penetrar en la literatura, en los espectáculos teatrales, en la radio y en la televisión, y muchos de los más célebres novelistas y dramaturgos son de origen proletario, a pesar de que los medios

de comunicación de masas han seguido estando predominantemente en manos de las clases alta y media.

La cuestión fundamental sobre los medios de comunicación de masas en las democracias occidentales apunta en otra dirección que no es la generalmente aceptada: no es que sean medios a través de los cuales se estén imponiendo los ideales y creencias foráneos de una pequeña minoría, sino que, hasta ahora, ha habido un círculo vicioso por el cual —a través de una especie de sistema de retroalimentación— lo que las masas reciben no es sino el reflejo del clamor de sus propias necesidades y demandas. En la esfera de las opiniones y actitudes, las élites no son las que controlan al pueblo sino que son sus víctimas. Esa es la razón de ser de los sondeos de opinión, de las encuestas Gallup, de la investigación motivacional y de todos los demás métodos para descubrir lo que las masas piensan «realmente». Están concebidos para descubrir lo que la gente quiere y poder así moldear a su gusto tanto a las élites como a sus producciones. Los potenciales lavacerebros de Occidente están sufriendo un lavado de cerebro, mientras que podría muy bien aducirse que sólo realizan la función que les es propia en las democracias populares comunistas. La imagen que nos presentan algunos miembros del Comité Pilkington y escritores como Raymond Williams o F. R. Leavis y Denys Thompson, de un campesinado sólido y seguro, dentro de una sociedad «orgánica» que tenía un arte y un folklore genuino, o de ese proletariado industrial que, en un período posterior, llegó a crear una cultura de clase cálida y acogedora, digna de conservación, y de cómo ambos fueron corrompidos por una élite perversa, ignorante y ávida de dinero que les ha «lavado el cerebro» hasta conseguir que acepten las películas del Oeste, cuando lo que «realmente» quieren es Shakespeare y John Bunyan, esa imagen es ridícula a la luz de las realidades modernas. No es que esta imagen del pasado sea absolutamente falsa, pero evidentemente está muy idealizada; los cambios que se han producido en la cultura popular son el resultado del inevitable desarrollo tecnológico, y no de una conspiración tramada por una minoría maligna que intenta corromper el gusto de la gente decente. De hecho, como hemos visto en otro lugar, aunque sería tan ridículo idealizar los móviles de los que controlan nuestra radio y nuestra televisión como idealizar la «sociedad orgánica» del pasado con su ignorancia, sus prejuicios y supersticiones, hay razones para creer que lo que el pueblo obtiene por vía de la cultura es generalmente bastante mejor que lo que exige. Hasta Himmelweit cae en la trampa de suponer que tiene sentido hablar de lo que la gente quiere «realmente», cuando la única forma de averiguarlo

es observando lo que piden y tomando nota de los programas más populares. Se ha señalado *a*) que en una democracia social la gente que intenta influir en el gusto popular sólo puede estar unos pocos pasos por delante de su público, y *b*) que objetivamente carece de sentido pensar que la elección del tema de los programas está limitada. Nadie, sino ellas mismas, les impide a las masas contemplar programas de Shakespeare, Ibsen y Strindberg en vez de películas del Oeste o de «suspense», pues, todos estos programas son accesibles por igual, incluso en los «nefastos» canales comerciales.

Las conclusiones a las que han llegado algunos de estos entendidos se basan en una serie de falacias de las cuales basta mencionar unas cuantas. En primer lugar, se basan con frecuencia en el supuesto, no de que las élites sean malas en sí, sino de que los responsables saben de una élite mejor y más cualificada para orientar nuestros gustos que vulgares intereses comerciales y de otro tipo, que, limitados sólo por las leyes relativas a la calumnia y a la pornografía, le dan a la gente lo que ésta pide. No es arriesgado afirmar que sólo una persona muy simple aceptaría esta creencia; pues, por malos que pensemos que son los que actualmente controlan la prensa, la radio, la televisión y el cine, no existe ninguna garantía de que otros controladores cualesquiera lo vayan a hacer mejor. Se ha indicado a menudo que nuestros asuntos estarían mejor llevados si estuvieran en manos de científicos, a pesar del hecho de que el mundo científico, al igual que cualquier otro grupo social, ha producido una espléndida cosecha del fanáticos y lunáticos cada vez que sus expertos se han salido de los límites de su propia especialidad. (Basta mencionar en este sentido las singulares opiniones teológicas de Newton o la ingenua fe del gran sir William Crookes en el espiritismo, para darnos cuenta de que aquellos que se dejaron guiar por su intuición en otros campos ajenos a la física o la química pecaron ciertamente de imprudentes.) Otros, entre los que se incluyen desgraciadamente algunos psicólogos, han supuesto que las personas con un elevado coeficiente de inteligencia —tal y como se manifiesta en los modernos tests —podrían ayudarnos a resolver algunos de nuestros problemas, aunque, una vez más, la inteligencia no excluye a psicópatas, locos o criminales. Pero la idea más peligrosa de todas es la de que todas las personas relacionadas con las artes —escritores, productores cinematográficos y críticos— deberían tener voz y voto en lo relativo al consumo cultural de la nación, cuando un conocimiento mínimo del mundo de la crítica del arte y de la literatura demuestra que esa gente suele ser la menos cualificada para juzgar las obras de su propia generación. ¿Dónde estarían

ahora las obras de Richardson, Scott, Dickens, Trollope o Hardy si hubiesen dependido de los intelectuales y no del público que las acogió en su seno? Richardson y Hardy consiguieron interesar a la crítica en el sentido de que ésta hiciera consideraciones sobre el peligro para la moral pública que encerraban sus obras, mientras que los restantes fueron tachados de «ordinarios» porque se dirigían al lector medio, y de «comerciales» porque no ocultaban el hecho de que escribían por dinero. O, para poner otro ejemplo, no es el hombre de la calle el que condena las obras de Picasso, de Stanley Spencer y de otros artistas modernos, sino los respetables miembros de la Royal Academy que se han especializado en pintar caballos o en hacer retratos, gente que en la Unión Soviética gozaría de indudable consideración por ser exponente del «realismo». Sin embargo, si hemos entendido correctamente, una de las sugerencias propuestas por Raymond Williams en su libro sobre las comunicaciones es que... «es obligación de la sociedad mantener en depósito [los medios de comunicación social] para los verdaderos contribuyentes, que serán los que en la práctica controlen su uso». Pero en cuestiones de gusto no hay expertos que valgan; lo único que podemos saber es lo que le gusta o lo que no le gusta al público.

Otro error es la suposición —por lo general tácita— de que cualquier producción que no sirva para mejorar o instruir al público y que no tenga un auténtico valor cultural debe ser condenada, en palabras del Comité Pilkington, por su «falta de interés, puerilidad y sensualismo barato». Sin embargo, los programas que son simplemente divertidos, relajantes o que sirven para pasar el rato también tienen una función que cumplir. Hay personas muy cultas que se pasan horas jugando al bridge o al ajedrez, viendo partidos de cricket y de tenis, o leyendo novelas policíacas con el pretexto de que ejercitan el cerebro resolviendo acertijos intelectuales pese a que, curiosamente, hay muy pocas historias de detectives que no giren en torno a un asesinato, cuando es de suponer que, a un nivel puramente intelectual, un robo sería igual de interesante. ¿Con qué derecho se queja esa gente de que los programas de radio y televisión sean a veces «reiterativos, sórdidos y desagradables»? En la vida de la mayoría de la gente existe una necesidad real de simples pasatiempos psicológicos (crucigramas, bridge y ajedrez) e incluso, en una existencia normalmente monótona, de sensacionalismo, violencia y sexo de segunda mano. Pero una de las conclusiones más importantes de este estudio es la sugerencia de que los efectos de una producción están determinados, no por aquellos que la producen ni tampoco por su contenido objetivo, sino más bien por los rasgos psicológicos del espectador o del

oyente. Los que se dejan entontecer por los medios de comunicación de masas no son víctimas de los productores sino del aburrimiento de su empleo, y los niños que se sienten morbosamente atraídos por las películas, los libros u obras teatrales de terror no son normales, son niños frustrados y neuróticos. Es posible que haya muchas y buenas razones para cambiar tanto la orientación como la organización actual de los medios de comunicación de masas y para creer que están muy lejos de ser satisfactorios. Incluso cabría discutir la posibilidad de suprimir determinados programas y publicaciones si son muchos los niños a los que afecta de una manera nociva*. Pero que no sirva eso para ocultar el hecho de que, a largo plazo, somos nosotros, el público, los que más necesitan un cambio. Hay algo que no marcha bien en un grupo cuando algunos de sus miembros están tan aburridos de sus trabajos que usan los medios de comunicación exclusivamente como una droga estupefaciente, y los que están en ese estado mental se pueden llegar a narcotizar igual con Beethoven y las noticias que con la música «pop» y las novelas de «suspense». De forma similar, los niños que se ven arrastrados a la delincuencia son producto de una vida familiar insatisfactoria y de un ambiente en el cual la delincuencia es posible e incluso está socialmente aceptada como salida de una juventud frustrada. La suposición de que son pervertidos por los medios de comunicación de masas es una basta simplificación de un problema serio y complejo. Hay, o ha habido filmes y tebeos de terror a los que no debían haber tenido acceso los niños, pero insinuar que es así como se empuja a los niños a la delincuencia es tergiversar los hechos, pues son aquellos que continúan siendo atraídos por tales libros y películas los que muestran los síntomas de delincuentes en potencia. Las historias de terror son ciertamente un ingrediente natural del crecimiento, pero hay pocos cuentos modernos tan horrorosos, ofensivos (por ejemplo, en su antisemitismo) o terroríficos como los de los hermanos Grimm, con los que muchos de nosotros aprendimos a leer, y hemos tratado de demostrar que la mayoría de los niños tienen fantasías igual de horribles aunque no hayan pasado por esa clase de cuentos, películas o representaciones teatrales. Uno sospecha que cuando se discute sobre gustos no se consigue nunca excluir del todo la cuestión de los prejuicios de

---

* Es, por supuesto, imposible concebir *algo* que no pueda estimular la sexualidad o la agresividad de alguien. Por ejemplo, la Biblia y Shakespeare tienen ese efecto en mucha gente, y, para el fetichista, un par de zapatos puede resultar sexualmente excitante.

clase. En las clases alta y media está «bien visto» el dedicarse a actividades tan inútiles (y, en opinión de algunos, absurdas) como el presenciar partidos de cricket o de tenis, jugar al bridge o al ajedrez o leer novelas policíacas y de «suspense», pero cuando el hombre de clase obrera asiste a los partidos de fútbol de la liga en días laborables está «holgazaneando», mientras su familia, que se entretiene jugando al «bingo», lanzando dardos o viendo un concurso por la «tele», está siendo pervertida por «actividades vacuas y pueriles». El caso es que, frecuentemente, los que profesan una mayor preocupación y admiración por el hombre común y corriente son los que en su corazón más lo desprecian.

Pero quizás la ilusión más peligrosa sea la que impide ver que la propia masa del público está cambiando y que, con ella, tiene que cambiar también automáticamente el contenido de los medios de comunicación. Muchos de los británicos, cuyos criterios en materia de gusto escandalizan a los intelectuales, están sólo a sesenta años de aquellos días en los que el novelista Jack London tenía que dar generosas propinas a los taxistas para que lo llevaran a los alrededores del East End de Londres, donde no había persona respetable que se atreviera a poner un pie; están a poco más de veinte años de distancia del comienzo de la Segunda Guerra Mundial, cuando los que acogían a refugiados de los suburbios se sorprendían al ver a los niños sucios, cubiertos de piojos y pulgas y sin educación higiénica. América, cuyo nivel cultural ha sufrido el mismo tipo de críticas, hasta el punto de que se podría llegar a pensar que está implicada en una conspiración para corromper el gusto del resto del mundo, ha cumplido la formidable labor de absorber a no menos de treinta y cinco millones de europeos, sin distinciones de nacionalidad, religión o raza, hasta el período de legislación restrictiva de la década de 1920. La mayor oleada de emigrantes, en 1907, consistió en un millón y cuarto de personas, no sólo de Gran Bretaña, Alemania, Irlanda y Escandinavia como hasta entonces, sino también de Italia, Polonia, Austria, Rusia, Grecia y los Balcanes, junto con muchos más de Africa, Asia Menor y el Extremo Oriente. Sin embargo, aparentemente se espera de los hijos y nietos de esas generaciones, en Gran Bretaña y en América, no sólo que tengan resueltos sus mayores problemas sociales, sino también que sean poseedores de un impecable buen gusto. Es tan peligroso idealizar al público como sentir lástima por él, pero es necesario que nos demos cuenta en este país de que, en palabras del ex ministro de Educación sir David Eccles, «...los padres de los niños que empiezan ahora sus estudios en nuestras escuelas fueron los primeros de sus familias en recibir una educación secundaria. Saben lo que es la educación

y el beneficio que les puede reportar a sus hijos. La exigirán para sus hijos *y sabrán qué es lo que deben exigir*». Esto es una indicación de una tendencia que claramente va a continuar con efectos revolucionarios para el gusto público. No es a través del control gubernamental o de la censura como cambiarán los medios de comunicación, sino por las demandas de los nuevos públicos que poseen un gusto refinado, un bagaje cultural y una capacidad crítica mucho mayor, un proceso que se inició hace ya algún tiempo*.

Los juicios del Comité Pilkington, como hemos visto, no estaban fundados en un análisis de los programas realizado por el propio Comité, sino en la «inquietud» y el «malestar» expresados por organismos tan diversos como la Asociación de Corporaciones Municipales, el Congreso de los *Trade Unions* y la *Ulster Society of Teachers of English*. Como ha señalado Barbara Wooton, lo que el Comité sacó en claro de todas sus presuntas pruebas no fue sino este hecho: a la gente más activa en estas organizaciones no parecía gustarle lo que veían (o lo que otra gente les recomendaba que viesen) en la televisión independiente. Otro sociólogo eminente, Edward Shils, ha observado la convergencia de conservadores e izquierdistas en sus ataques a la cultura de masas. Los radicales, como Hoggart y Williams, han hecho suya sin el menor sentido crítico la opinión aristocrática de que el pasado estuvo dominado por una alta cultura que ahora está degenerando. En realiad, la vida de la mayoría de la gente en las idealizadas sociedades orgánicas se caracterizaba por el embrutecimiento producido por largas jornadas de trabajo que les dejaban muy poco tiempo o muy pocas ganas para la educación, mientras que la moderna sociedad de masas ha dado como resultado una expansión de la cultura —arte, música y literatura— hasta un grado que nadie se hubiese atrevido a soñar. La sociedad de masas tampoco atenta contra el individualismo; pues, aparte de la estandarización de bienes y servicios, inseparables de los nuevos métodos de producción, que son los que han hecho que el nivel general de vida en todo el mundo haya subido más durante los últimos cincuenta años que en los cincuenta siglos anteriores, es dudoso que los

* «En sólo cinco años, de 1956 a 1960, el número de alumnos con edades comprendidas entre los 15 y los 17 años de las escuelas secundarias de todo tipo aumentó en un 50 por 100 y eso antes de que se hiciera sentir el efecto del altísimo índice de natalidad en el período de 1946-1948. A los diez años de promulgada la G.C.E., el número de los que pasaron al nivel "0" casi se ha duplicado, y el de los que pasaron al "A" alcanza una cifra de más del doble» (*Spectator*, 27 julio 1962: «The 1965 Education Act» por Henry Fairlie).

hombres y mujeres hayan sido más individualmente diversos desde los tiempos del Renacimiento italiano. En cuanto a la vestimenta, los conformistas eran los jóvenes de la época victoriana, no los de nuestros días; en las disputas ideológicas y variedad de opiniones podemos compararnos al siglo XVIII; la juventud no se había mostrado nunca tan enérgica en la crítica de las opiniones de las minorías dirigentes y en lo informal de su comportamiento; ya se trate de campañas a favor del desarme nuclear, de revistas satírico-políticas, de arte o literatura moderna, o incluso de deportes (¿cuántos obreros hacían alpinismo, esquiaban, exploraban simas o daban la vuelta al mundo en auto-stop en el siglo XIX?). En Londres se forman colas para ver las exposiciones de Van Gogh y de Picasso, y en muchas ciudades americanas es más difícil conseguir una entrada para un concierto sinfónico que para un partido de beisbol. No hay signos de que se estén cumpliendo los sombríos pronósticos de Huxley. Repasando la fascinante, aunque a menudo aterrorizadora obra de E. Neville Williams *Life in Georgian England*, el historiador J. H. Plumb decía sobre este libro (que revela cómo era realmente la vida en los tiempos tan idealizados por cierta escuela de pensamiento) que le gustaría encadenarlo a la cabecera de la cama del señor Hoggart y leérselo en voz alta al doctor Leavis. Debería de ser obligatoriamente leído, decía, por los socialistas de mentalidad artesana, por los *tories* de espíritu feudal y por todos aquellos que denigran los logros de la sociedad industrial:

What's My Line? Coronation Street, los tebeos de terror y las revistas de cotilleo, el bingo y los billares son infinitamente preferibles a los pasatiempos de nuestros antepasados del siglo XVIII, empapados de alcohol y salpicados de sangre, al igual que un barrio es mejor que un suburbio, la salud mejor que la enfermedad, y un estómago lleno mejor que uno vacío... y la mayor revolución de la vida social de cuántas ha visto el hombre no sólo nos ha proporcionado el bingo y la bomba, sino que también ha acercado a millones de hombres al arte, a la música, a la literatura y a las ciencias, que, de otra forma, hubiesen seguido siendo innaccesibles. Es una lástima que los hombres no sacrifiquen más su naturaleza y sus hábitos al gobierno de sus mentes.

Lejos de estarse degenerando las grandes normas sociales del pasado, estamos empezando ahora a recuperarnos del daño que han causado.

En sí mismos, los medios de comunicación de masas no son ni buenos ni malos, sino un simple instrumento para la comunicación que debe ser utilizado para fines que en última instancia los determina el público y no los productores, quienes se limitan

a reflejar los gustos cambiantes del público. Es cierto que una sociedad basada en métodos de producción masiva limita la libertad de elección de unos cuantos, pero las revoluciones económicas y educativas que entraña tienen como resultado una mayor libertad de elección para más gente que nunca en la historia de la humanidad. Los verdaderos conformistas son los pobres y los iletrados de las comunidades empobrecidas y no los ciudadanos de las sociedades prósperas; y es en aquellos países donde los hombres trabajan hasta el agotamiento para sobrevivir, y las mujeres quedan exhaustas de tantos partos, donde hablar de libertad de elección, ya sea de bienes o de ideas, suena a burla. Los medios de comunicación de masas han contribuido a conseguir esta libertad, y en el futuro su papel será aún más importante. En palabras de Archibald Macleish:

El desarrollo de los instrumentos para la comunicación de masas hace que por primera vez en la historia de la humanidad sea posible hacer llegar de un modo directo, pacífico, vivo y humano a públicos numerosos una expresión de la forma de vida, las costumbres y las artes de los pueblos de otras naciones. Nuestra tecnología, más sabia que nosotros, nos ha proporcionado medios imprevisibles e imprevistos para una comprensión universal, en un momento en el que la comprensión en el mundo es el único medio posible de alcanzar una paz duradera.

LAS COMUNICACIONES Y LOS MEDIOS DE COMUNICACION DE MASAS

Wright Mills, C., *The Power Elite*, Oxford University Press. [Trad. castellana: *La élite del poder*, F. C. E. , México].

Williams, Raymond, *Britain in the Sixties: Communications*, Penguin Books.

Wright, C. R., *Mass Communications: a Sociological Perspective*, Random House, Nueva York. [Trad. castellana: *Comunicación de masas*, Paidós, Buenos Aires].

British Association Granada Lectures 1959, *Communication in the Modern World*, Granada TV.

Himmelweit, Hilde, Oppenheim, A.N., y Vance, Pamela, *Television and the Child*, Oxford University Press. [Trad. castellana; *La televisión y el niño*, Ed. Fariña].

Jacobs, Norman (ed.), *Culture for the Millions: the Mass Media in Modern Society*, C. Van Nostrand Co. Ltd.

Dobb, Leonard, *Public Opinions and Propaganda*, Cresset Press.

Pickard, P.M. *I Could a Tale Unfold: Violence, Horror, and Sensationalism in Stories for Children*, Tavistock Publications.

Hovland, Carl, Janis, I., y Kelley, H., *Communications and Persuasion*, Yale Univesity Press.

PROPAGANDA POLITICA EN TIEMPOS DE PAZ Y EN TIEMPOS DE GUERRA

Lasswell, Harold D., *Politics: Who Gets What, When; How*. McGraw-Hill Book Co.

Milosz, C., *The Captive Mind*, Mercury Books. [Trad. castellana: *El pensamiento cautivo*, U. de Puerto Rico].

Becker, Howard, *German Youth: Bond or Free*, Kegan Paul.

Ortega y Gasset, José, *La rebelión de las masas*, Revista de Occidente, *Obras completas*, volumen IV.

Kulski, W.W., *The Soviet Regime: Communism in Practice*, Washington Square Press, Inc., Nueva York.

Rolph, C.H., *All Those in Favor? The ETU Trial Presented*, André Deutsch.

Ponsonby, Arthur, *Falsehood Wartime*, Allen and Unwin.

Money-Kyrle, R.E., *Psychoanalysis and Politics*, Duckworth.

Carew Hunt, R.N., *A Guide to Communist Jargon*, Jeoffrey Bles.

Fraser, Lindley, *Propaganda*. Oxford University Press.

Taylor, A.J.P., *The Origins of the Second World War*, Hamish Hamilton.

Lasswell, H.D., *Psychopathology and Politics*, Compass Books, University of Chicago Press.

LA PUBLICIDAD Y LOS NEGOCIOS

Dichter, Ernest, *The Strategy of Desire*, Boardman.

Gundrey, Elizabeth, *Your Money's Worth*, Penguin Books.

Mayer, Martin, *Madison Avenue U.S.A.*, Penguin Books.

Turner, E.S., *The Shocking History of Advertising*, Michael Joseph.

Packard, Vance, *The Hidden Persuaders*, Penguin. [Trad. castellana.: *Los persuasores ocultos*, Sudamericana]. *The Status Seekers*, Longmans. Trad. cast.: *Los buscadores de prestigio*, Endeba].

Lucas, D.B., y Britt, S.H., *Advertising Psychology and Research*, McGraw-Hill Book Co.

Thompson, Denys, y Leavis, F.R., *Culture and Environment*, Chatto and Windus.

Thompson, Denys, *Voice of Civilization*, Muller.

Whyte, W.H., *The Organization Man*, Penguin Books.

RELIGION

Huxley, Aldous, *Los demonios de Loudun*, Círculo de lectores, 1974.

Godwin, George, *The Great Revivalists*, Watts.

Leuba, H., *The Psychology of Religious Mysticism*, Kegan Paul.

Thouless, Robert H., *The Psychology of Religion*. Cambridge University Press.

James, William, *The Varieties of Religious Experience*, Fontana.

ADOCTRINAMIENTO POLITICO Y LAVADO DE CEREBRO

Kinkead, Eugene, *Why They Collaborated*, Longmans.
Lifton, Robert J., *Thought Reform and the Psychology of Totalism*, Gollancz.
Sargant, William, *Battle for the Mind*, Pan Books.
Hunter, E., *Brainwashing in Red China*, Vanguard Press, Nueva York. [Trad. castellana.: *Lavado de cerebro en China Roja*, Kraft.]
Meerloo, J.A.M., *Mental Seduction and Menticide: the Psychology of Thought Control and Brainwashing*, Cape.
Bone, Edith, *Seven Years Hard*, Pan Books.
Reik, Theodor, *The Compulsion to Confession: on the Psychoanalysis of Crime and of Punishment*, Evergreen Books, Grove Press, Nueva York.

GENERAL

Allport, G.W., *The Nature of Prejudice*, Anchor. [Trad. castellana.: *La naturaleza del prejuicio*, Eudeba].
Hoffer, Eric, *The True Believer*, Secker and Warburg.
Young, Kimball, *Handbook of Social Psychology*, Routledge. [Trad. cast.: *Psicología social*, Paidós].
Hoggart, Richard, *The Uses of Literacy*, Penguin Books.
Walter, E. Grey, *The Living Brain*, Penguin Books.
Freud, Sigmund (ed. Rickman, John), *Civilization, War, and Death*, Hogarth. [Trad, castellana: «Consideraciones de actualidad sobre la guerra y la muerte» en *El malestar en la cultura y otros ensayos* Alianza Editorial].
Richards, I.A., *Practical Criticism*, Kegan Paul.
Fyvel, T.R. *The Insecure Offenders*, Penguin Books.
Marcuse, F.L., *Hypnosis, Fact and Fiction*, Penguin Books. [Trad. cast.: *La hipnosis*, Fabril].

Indice

El crecimiento de la influencia de los medios de comunicación de masas y la utilización de los psicólogos profesionales para mejorar la eficacia de sus mensajes despiertan el temor a que la minoría que controla la propaganda política y la publicidad comercial en las sociedades avanzadas de Occidente coarte la libertad de información y elección de los ciudadanos. De otro lado, los regímenes totalitarios, al sustituir el pluralismo ideológico por el monopolio de la doctrina estatal, llevan hasta sus últimas consecuencias la manipulación impersonal de las masas. J. A. C. BROWN estudia en esta obra las principales TECNICAS DE PERSUASION que van DE LA PROPAGANDA AL LAVADO DE CEREBRO. Los capítulos dedicados a la formación y el cambio de las actitudes, la guerra psicológica, la publicidad comercial, el tratamiento científico de la mente y la naturaleza de las conversiones religiosas aportan esclarecedores enfoques sobre la cuestión. La conclusión del libro es que, pese a todo, la personalidad humana resiste más a las tentativas de adoctrinamiento de lo que algunos críticos radicales sospechan. En esta misma colección: «Los manipuladores del cerebro. Los científicos y el nuevo control de la mente» (LB 699), de Maya Pines.

Cubierta: Daniel Gil

ISBN 84-206-1682-6

9 788420 616827

El libro de bolsillo
Alianza Editorial